

Julia Andreeva

## **Turkistuotteiden vienti Venäjän markkinoille**

Opinnäytetyö

Syksy 2016

SeAMK Liiketoiminta ja kulttuuri

Tradenomi (AMK, Pk-yrittäjyys)



SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU  
SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU

## Opinnäytetyön tiivistelmä

Koulutusyksikkö: SeAMK Liiketoiminta ja kulttuuri

Tutkinto-ohjelma: Pk-yrittäjyys

Suuntautumisvaihtoehto: Juridiikka

Tekijä: Julia Andreeva

Työn nimi: Turkist tuotteiden vienti Venäjän markkinoille

Ohjaaja: Terhi Anttila

Vuosi: 2016

Sivumäärä: 42

Liitteiden lukumäärä: 2

---

Opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää turkist tuotteiden Venäjälle viennin mahdollisuuksia. Opinnäytetyön ensimmäisenä tavoitteena oli perehtyä Venäjän vientiin kansainvälistymismuotona. Toisena tavoitteena oli tutkia Venäjän turkismarkkinoita ja suomalaisen yrityksen mahdollisuuksia aloittaa vientikauppa.

Toimeksiantajana oli Turkisateljee T&E Isopahkala Kalajoelta. Turkisateljee valmistaa turkkeja, liivejä, stoolia, kauluksia, peittoja ynnä muuta. Tulevaisuudessa yritys haluaisi kasvattaa toimintaansa suuntaamalla Venäjän markkinoille.

Tärkeitä käsitteitä opinnäytetyössä ovat viennin aloittamisen motiivit, viennin riskit ja ongelmat, itse vientiprosessi, viennin eri muodot sekä Venäjän liiketoimintakulttuuri. Tarkastelun kohteina ovat myös Venäjän vahvuudet ja heikkoudet vientimaana sekä Venäjän turkiskulttuuri.

Venäjä kohdemaana on haastava, mutta Venäjä on suuri maa, ja siellä on paljon kuluttajia ja valmis kulttuuri turkisten käyttöön. Jos vientimarkkinointi onnistuu, Venäjän vienti voi kasvattaa merkittävästi yrityksen tulosta. Oikeiden ja luotettavien kumppaneiden löytäminen on keskeinen onnistumisen edellytys.

Opinnäytetyössä kerrotaan positiivisia ja negatiivisia puolia lähdöstä Venäjän markkinoille. Pohtimalla niitä Turkisateljee T & E Isopahkala voi tehdä oman päätöksensä, kannattaako aloittaa viennin Venäjälle. Jos Turkisateljee T&E Isopahkalan päätös vientikaupan aloittamisesta Venäjälle on myönteinen, lopputyössä luetellaan erilaisia yhteistyökumppaneita, joilta voi saada apua käytännön asioihin, markkinointiin ja rahoitukseen aloitettaessa vientiä Venäjälle.

Avainsanat: Venäjä, vienti, markkinat, turkist tuotteet

SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

## **Thesis abstract**

Faculty: Business School and Culture

Degree programme: SME Business Management

Specialisation: Jurisprudence

Author/s: Julia Andreeva

Title of thesis: Fur products export to Russian market

Supervisor(s): Terhi Anttila

Year: 2016 Number of pages: 42 Number of appendices: 2

---

The aim of this thesis was to find out opportunities for the export of fur products to Russia. The first objective of this thesis was to study export to Russia as a form of internationalization. The second objective was to explore the Russian fur market and the opportunities for a Finnish company to start exporting their products there.

The commissioner was a fur studio, Turkisateljee T & E Isopahkala from Kalajoki. The fur studio manufactures coats, jackets, stoles, collars, blankets, etc. In the future, the company would like to increase their business by targeting the Russian market.

The important concepts in the thesis include the motives for starting export, risks and problems of export, the export process itself, the various forms of export, as well as the Russian business culture. The thesis also identifies the strengths and weaknesses of the Russian export market and takes a look at the Russian fur culture.

Russia, as a target market, is challenging, but it is a big country with a lot of consumers and an already existing culture of use of fur. If export marketing is successful, export to Russia may significantly increase the company's results. Finding the right and reliable partners is an essential prerequisite for success.

The thesis discusses the positive and negative sides of entry in the Russian market. By analyzing them, Turkisateljee T & E Isopahkala can make their own decision as to whether it is feasible to start exporting to Russia. If their decision to start export to Russia is positive, the thesis lists a variety of partners who can help the company with practical matters, marketing, and financing while starting export to Russia.

Keywords: Russia, export, market, fur products

## SISÄLTÖ

Opinnäytetyön tiivistelmä.....	2
Thesis abstract.....	3
SISÄLTÖ .....	3
Kuvioluettelo.....	5
1 JOHDANTO .....	6
1.1 Opinnäytetyön tarkoitus ja tavoitteet .....	6
1.2 Turkisateljee T&E Isopahkala .....	6
1.3 Turkisala Suomessa.....	7
2 VIENTI .....	13
2.1 Viennin motiivit .....	13
2.2 Viennin riskit ja ongelmat .....	14
2.3 Vientiprosessi.....	15
2.4 Vientimuodot .....	17
2.4.1 Suora vienti .....	17
2.4.2 Epäsuora vienti .....	18
2.4.3 Välitön vienti.....	19
3 VENÄJÄ TURKISTUOTTEIDEN VIENNIN KOHDEMAANA.....	20
3.1 Perustietoa Venäjästä .....	20
3.2 Venäjän liiketoimintakulttuuri.....	22
3.3 Venäjän vahvuudet ja heikoudet vientimaana.....	23
3.4 Venäjän turkiskulttuuri.....	26
3.5 Venäläiset ja ulkomaiset toimijat turkismarkkinoilla.....	30
4 VENÄJÄN VIENNIN TUKEMINEN.....	31
4.1 Apua käytännön asioihin .....	31
4.2 Apua markkinointiin.....	32
4.3 Rahoitusta Venäjän vientiin.....	33
5 TOIMINPIDE-EHDOTUKSET TURKISATELJEE T&E ISOPAH-	
KALA.....	35
LÄHTEET .....	38
LIITTEET .....	43

## Kuvio- ja taulukkoluetelo

Kuvio 1. Turkisnahkojen viennin ja tuonnin arvo, miljoona EUR .....	9
Kuvio 2. Vientitoiminnan polku .....	16
Kuvio 3. Suomen ja Venäjän välinen kauppa voudet 2005 - 2015.....	24
Taulukko 1. Viennin jakautuma.....	8
Taulukko 2. Kettujen tuotanto maailmassa.....	8
Taulukko 3. Minkkien tuotanto maailmassa.....	9

# 1 JOHDANTO

Opinnäytetyön aihe tuntui kiinnostavalta. Opinnäytetyön tekijä on turkisalalla töissä ja kotoisin Venäjältä. Turkisala on tuttu eikä ollut vaikeuksia tutkia Venäjän turkis markkinoita.

Opinnäytetyössä käsitellään viennin aloittamisen motiivit, viennin riskit ja ongelmat, vientiprosessi, vientimuodot sekä Venäjän liiketoimintakulttuuri, Venäjän vahvuudet ja heikkoudet vientimaana sekä Venäjän turkiskulttuuri. Tässä opinnäytetyössä selvitettiin, mitä mahdollisuuksia ja haasteita Turkisateljee T&E Isopahkala voisi kohdata lähtiessään Venäjän markkinoille.

Työssä lähdemateriaalina on käytetty pääosin kirjallisuutta, internetsivuja, verkkojulkaisuja ja myös henkilökohtaisia kyselyitä.

## 1.1 Opinnäytetyön tarkoitus ja tavoitteet

Opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää turkistuotteiden viennin mahdollisuuksia Venäjälle. Opinnäytetyön ensimmäisenä tavoitteena oli perehtyä vientiin kansainvälistymismuotona. Opinnäytetyön toisena tavoitteena oli perehtyä Venäjään turkistuotteiden viennin kohdemaana.

## 1.2 Turkisateljee T&E Isopahkala

Kalajoella sijaitseva Turkisateljee T & E Isopahkalan käyttämät turkismateriaalit ovat pääasiassa oman turkistarhan tuotantoa. Turkikset täyttävät korkeat kansainväliset laatuvaatimukset. Turkiseläinten kasvatuksessa on noudatettu alalla hallitsevia tiukkoja sääntöjä.

Turkisateljeessa työskentelee tällä hetkellä myyntimies Timo Isopahkala ja suunnittelija/valmistaja Eija Isopahkala. Yrityksellä on kaksi jälleenmyyjää Helsingissä ja kesäisin yrityksellä on neljä myyntipaikkaa Helsinki - Vantaan lentokentällä ja Hel-

singissä. Lisäksi myös Kalajoella on myymälä. Myymälästä saa ostaa erilaisia turkistuotteita: turkkeja, liivejä, stoolia, kauluksia, somisteita, peitteet ja ynnä muita. Tuotteita ostetaan myös puhelimen tai sähköpostin kautta (Turkiseläjä T & E Isopahkala, [viitattu 18.5.2016]). Turkiseläjä T & E Isopahkala valmistaa turkistuotteita ja myy niitä tällä hetkellä vain Suomessa. Tulevaisuudessa yritys haluaisi lähteä myös Venäjän markkinoille, kun omassa maassa ei riitä kysyntä.

Kesällä 2016 Isopahkalat joutuivat myymään oman turkistarhan. Myynnistä huolimatta omia turkiksia on vielä varastossa ja turkiksia voidaan hyödyntää turkistuotteissa eli turkiseläjä jatkaa toimintaa. (Isopahkala 2016.)

### 1.3 Turkisala Suomessa

Suomessa toimii turkisanalan johtava Saga Furs kansainvälinen toimija. Saga Furs on kansainvälinen turkishuutokauppayhtiö, jonka ydinvahvuuksia ovat tarkkaan valvottu turkisten tuotantoketju, alan laajin huipputurkisten tarjonta ja korkea toiminnallinen laatu. Yhteistyökumppanit ulottuvat turkisten kasvattajista ja nahkojen toimittajista vaatetusteollisuuteen ja kansainvälisiin muotitaloihin. (Saga Furs Oyj, [viitattu 14.9.2016].)

YLEllä Nieminen (10.6.2016) kirjoittaa, että yli puolet siniketunnahoista jäi myymättä ennen kesää pidetyissä huutokaupoissa. Yhtiön tuloksen ennakoidaan painuvan selvästi tappiolliseksi. Tulospudotuksesta on tulossa raju.

YLEllä Katariina Poranen (5.7.2016) korostaa, että turkistuottajilla heikoin tilanne 20 vuoteen. Konkursseja on jo vireillä, lisää pelätään tulevan. Suomalainen turkistuotanto kärsii tuotantokustannusten noususta ja huutokaupan tahmeudesta. Sinikettujen nahat käyvät kaupaksi vain tappiolliseen hintaan. Suomalaisen turkistarhauksen päätuote on sinikettujen nahat. Ne eivät ole käyneet kaupaksi toivottuun tapaan. Tällä hetkellä lähes puolet sinikettujen nahoista on myymättä. Merkittävää on myös, että tilanne muuttui heikoksi yhtäkkiä. Ala ei ehtinyt varautumaan tulojen heikkenemiseen, Pohjois-Suomen Turkiseläinten Kasvattajien puheenjohtaja Esa Rantakangas sanoo.

Kuten taulukossa 1 näkyy, voidaan todeta, että viennin arvo vuonna 2015 ja mitkä maat ostavat eniten nahkoja Saga Fursin huutokaupoissa. (ProFur tilastot 2016.)

Taulukko 1. Viennin jakautuma. (ProFur tilastot 2016.)

	Minkki	Ketut
Kiina/Hongkong	68%	32%
Eurooppa	21%	33%
USA	1%	5%
Kreikka, Itä-Eurooppa, Venäjä	5%	16%
muut	5%	14%

ProFurin eli Suomen Turkiseläinten Kasvattajain liiton mukaan vuonna 2015 turkisan elinkeinon tuottamat verotulot olivat 44,3 (51,8) miljoona €, suora työllistävä vaikutus oli 4 919 henkilötyövuotta, turkistilojen määrä (STKL:n jäsentilojen määrä) oli 931 ja tuottajien keski-ikä 52 vuotta.

Kuten taulukossa 2 nähdään kuinka paljon tuotetaan ketun nahkoja maailmassa. Tästä voidaan todeta, että Kiina on maailman suurin ketun nahan tuottaja ja Suomi on toisella sijalla. (ProFur tilastot 2016.)

Taulukko 2. Kettujen tuotanto maailmassa. (ProFur tilastot 2016.)

Yhteensä	8,7 milj
Kiina*	6 milj
Suomi	2,5 milj
muut maat yhteensä	0,2 milj



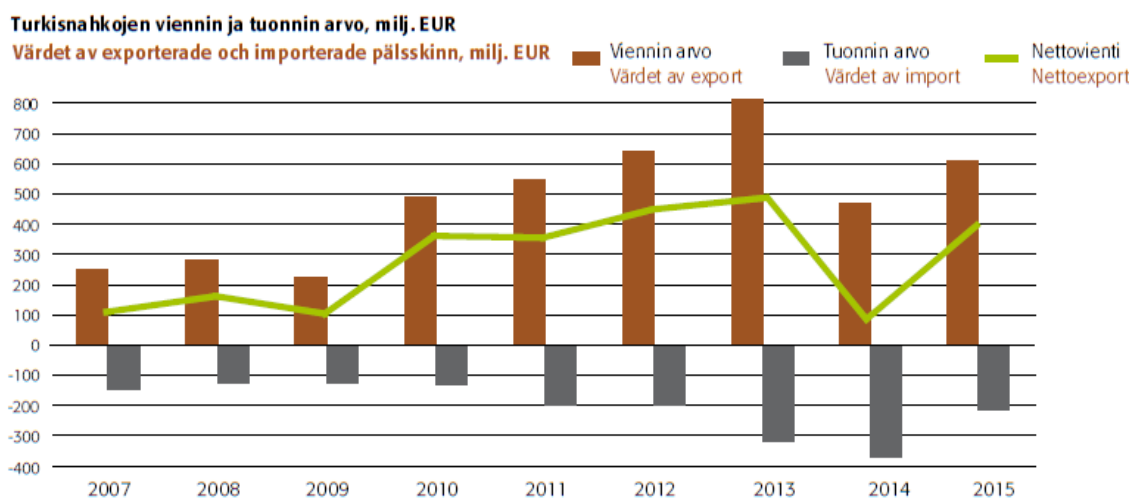
Taulukossa 3 nähdään, kuinka paljon minkin nahkoja tuotetaan maailmassa. (ProFur tilastot 2016.)

Taulukko 3. Minkkien tuotanto maailmassa.

Yhteensä	73 milj
Kiina*	30 milj
Tanska	17,8 milj
Puola	8,5 milj
Hollanti	5,5 milj
Kreikka	2 milj
Suomi	1,7 milj

\*- Arvio (ProFur tilastot 2016).

Kuviosta 1 voidaan todeta, miten viennin ja tuonnin arvo vuosien 2007 ja 2015 välillä on vaihtunut. Tuonti on valtaosin turkisinahkoja, jotka tulevat Suomeen myytäväksi Saga Fursin huutokaupoissa. Sitten tuonnin ja viennin erotus (nettovienti) kuvaa kotimaisten nahanmyyntitulojen ja Saga Fursin välityspalkkioina saamien tulojen yhteismäärää. (ProFur tilastot 2016.)



Kuvio 1. Turkisnahkojen viennin ja tuonnin arvo, milj.EUR (Suomen ja Venäjän välinen kauppa 22.3.2016).

Turkisanalan pitkään jatkunut korkeasuhde on johtanut siihen, että maailman turkisnahkojen tuotanto on kasvanut kysyntää suuremmaksi. Vaikka muoti suosii turkiksia, tärkeimpien markkina-alueiden taloudelliset haasteet ovat pienentäneet kysyntää, ja sekä minkin- että ketunnahkojen hintataso puolittui edellisestä vastaavasta puolivuosi-kaudesta. (Saga Furs Oyj, [viitattu 14.9.2016].)

Ingman (1/2016) kirjoitti, että Venäjällä on pitkät perinteet turkisten käytössä. Kysyntää löytyy, vaikka tuontiturkis onkin tällä hetkellä todella kallis ruplan kurssinlaskusta johtuen. Venäjän taloudellinen taantuma on osittain itse aiheutettu. Teollinen kehitys maassa on polkenut paikoillaan. Länsimaailman Venäjälle asettamat talouspakotteet tulevat Suomen turkistuottajille kalliiksi, samoin kuin muillekin suomalaisille vientialueille.

Suomen turkiseläinten kasvattajain Liiton ry puheenjohtaja Kenneth Ingman (1/2016) sanoo, että tärkeä Venäjän kauppa kärsii kohtuuttoman paljon, eikä Venäjä taivu ikinä lännen edessä. Tilanne kertoo EU:n epäonnistumisesta, aina 1990 -luvulta lähtien. Nyt vaikuttaa siltä, että sekä länsivallat että Venäjä olisivat valmiita tekemään sovinnon. Toivoa sopii, että pakotteista voitaisiin luopua. Pakotteista luopumisella olisi varmasti psykologinen vaikutus ja se hyödyttäisi etenkin suoraa turkiskauppaa Venäjän kanssa, mutta myös Turkin ja Kreikan kautta tehtävää kauppaa. Näidenkin maiden turkisteollisuus on viime vuosina menettänyt volyymistään ainakin 40 prosenttia. Jos nämä kolme maata Suomi, Turkki ja Kreikka ovat toisissaan mukana huutokauppasalissa, koko turkiskauppa vakiintuu. Kiina suurilta osin dominoi turkiskauppaa. Turkistilojen talous joutuu kovalle koetukselle ja turkisten tuotanto maailmantasolla vähenee, mutta samalla breedersien nahkamäärä kasvaa huomattavasti. Kukaan ei kuitenkaan voi olla varma kehityksen suunnasta, asiat saattavat muuttua nopeasti. Kiinan markkinat ovat uskomattomat, kun optimismi jälleen valtaa alaa, kertoo Ingman. (Ingman 1/2016.)

Leena Harkimo (11.2.2016) kertoo, että turkiselinkeino on kansan- ja aluetaloudellisesti merkittävä elinkeino, joka työllistää ja tuottaa sekä vienti- ja verotuloja. Suo-

messa on runsaat 10 kuntaa, joiden talous on hyvin riippuvainen tuottajien maksamista veroista. Suomalaisilla tiloilla tuotetaan huippulaadukkaita nahkoja, joista maailman johtavat muotitalot suunnittelevat ja valmistuttavat luksustuotteita. Tästä huolimatta turkikset näkyvät erittäin vähän Suomessa. (Harkimo 11.2.2016.)

Tilanne on aivan toinen monissa muissa turkisten tuottajamaissa, Tanskassa ja Ruotsissa katukuvassa näkee paljon ihmisiä, jotka kantavat ylpeinä turkiksia. Myös molempien maiden kuninkaalliset pukeutuvat turkiksiin ja toimivat parhaalla mahdollisella tavalla elinkeinon vienninedistäjinä. Tässä on elinkeino, josta saamme olla todella ylpeitä, sanoo ProFurin toiminnanjohtaja Marja Tiura (11.2.2016.)

Harkimo kertoo ProFurin (11.2.2016) sivulla, että turkis on ekologinen, muokattava ja kierrätettävä materiaali, joka tarjoaa valtavasti mahdollisuuksia suunnittelijoille ja valmiiden vaatteiden käyttäjille. On hienoa että Leena Harkimo voi omalla työllä vaikuttaa esimerkiksi siihen, että juuri nyt kansainvälisessä nosteessa olevat nuoret suomalaiset vaatesuunnittelijat löytäisivät tämän upean materiaalin.

Harkimo kertoo Turkistalouksessa (Kiiski, 6/2016) julkaistussa artikkelissa, että myös turkisan myönteisistä vaikutuksista niin työllisyyteen kuin muillekin elinkeinoille. Suomessa pitää ymmärtää että, kun teurassivutuotteet ovat ongelma elintarviketeollisuudessa, ne ovat turkistuottajille raaka-ainetta. Turkiseläimet auttavat merkittävästi jopa Itämeren suojelussa, kun kalastajien nostamien silakoiden mukana sieltä poistuu myös 320 tonnia fosforia.

Turkisala työllistää 5 000 ihmistä ja viennin arvo on 611 miljoonaa euroa. Se ei ole vähän, kun ottaa huomioon, että elinkeino joutuu tulemaan toimeen täysin markkinoiden ehdolla, ilman muiden maataloustuottajien yhteiskunnalta saamaa tukea. Elinkeinoon koko kuvaan kuuluvat paitsi hyvinvoivat eläimet, myös niiden lannan hyödyntäminen energiaksi ja biodieselin jalostaminen turkisten rasvasta. (Kiiski 6/2016.)

Kauppalehden verkkosivulla turkiseläin hakusanalla löytyi 24 osumaa, niistä vain kymmenen toimii muun muassa Helsingissä, Seinäjoella, Kuopiossa, Kalajoella, Forssassa, Tampereella, Salossa ja Oulussa (Yrityshaku, [viitattu 27.10.2016]).

Turkiseläjä Linnanen on Suomen suurin turkistuotteita valmistava yritys ja ainut alan yritys Suomessa, joka harrastaa vientiä. Ateljeen kuuluvat asiakkaat ovat Suomessa ja yli 20 vientimaissa, myös Venäjällä. (Linnanen, [Viitattu 8.11.2016]).

Turkistuottajien näkökulmasta nahkojen hinta nousi vähän nyt vuonna 2016 syyskuun huutokaupassa, kustannukset ovat kuitenkin liian korkeat. Heikko tilanne voi kestää 2 - 3 vuotta, sen jälkeen pitäisi suhdanteiden mukaan alkaa parempi kausi. Turkistuottajat toivovat, että nahkojen kysyntä maailmalla kasvaa. Olisi hyvä, jos turkiksia käytettäisiin enemmän myös sisustukseen eikä vain vaatetukseen (Haastattelija 2016).

## 2 VIENTI

Kun tavara tai palvelu siirtyy valtiollisen tai muun vastaavan rajan yli, puhutaan Kansainvälisestä kaupasta. Globaali-sanaa käytetään silloin, kun yrityksellä on toimintaa kaikilla keskeisimmillä markkinoilla. (Pasanen 2005.)

Viennillä tarkoitetaan EU:n alueella vapaassa liikkeessä olevien tavaroiden vientiä EU-maiden ulkopuolelle, kolmansiin maihin. Yleensä vienti on lopullista eli tavaroita ei tuoda takaisin EU:n alueelle. (Alho, A., Kekki, P. & Peltonen, P. 2012, 5.)

### 2.1 Vientimotiivit

Viennillä on erittäin keskeinen merkitys useille suomalaisille yrityksille. Suomen markkinoiden pienen koon sekä markkinoiden avoimuuden johdosta suurien yritysten lisäksi myös useat keskisuuret ja jopa pienet yritykset joutuvat etsimään lisämarkkinoita tuotteillaan maamme rajojen ulkopuolelta. (Larimo, Parkkonen & Tuomala 2000, 5.)

Yksi parhaista liiketoiminnan kasvutavoista on laajentaa alueellisesti tai maailmanlaajuisesti (Kotler & Renko 2005). Kotler ja Renko (2005) mukaan ne yritykset, jotka lähtevät laajentamaan ulkomaille itse asiassa hajauttavat riskejään, kun eivät ole riippuvaisia yhden maan markkinoista.

Kirjallisuuden mukaan yrityksen päätös kansainvälistymisestä syntyy erilaisista syistä. Jokaisella yrityksellä on kuitenkin tarve saavuttaa kansainvälistymisen avulla merkittäviä liiketaloudellisia hyötyjä. Hyödyt voivat olla esimerkiksi uuden osaamisen kartuttaminen, liiketoiminnan kasvattaminen tai tuotannon lisääminen. (Larimo, Parkkonen & Tuomala 2000; Kotler & Renko 2005; Peltola & Dobrowolski 2015.)

Yritykset päätyvät kansainvälisen toiminnan aloittamiseen hyvin erilaisista lähtökohdista. Joskus idea tai sysäys kansainvälisen toiminnan aloittamiselle syntyy seurauksena kotimarkkinoiden pienuudesta tai kasvun laantumisesta. Joskus syynä on kotimaisen asiakkaan laajeneminen ulkomaille, ulkomainen kysely, tilaus tai ulkomainen yhteistyötarjous (Äijö 2008, 25).

Tärkein kysymys on: miksi viedä?

- Mitkä ovat varsinaiset syyt vientitoiminnan käynnistämiseen?
- Onko nyt se todella ajankohta, jolloin toimintaa kannatta tai voidaan käynnistää?
- Tarvitseeko yritys lisämyyntiä viennistä vai voisiko se kuitenkin vielä tehostaa kotimaan myyntiä?
- Mikä on yrityksen lähtötilanne ja voimavarat?
- Mitä yritys voi tehdä ja mitä ei? (Selin 2004, 95.)

## 2.2 Vienti riskit ja ongelmat

Riski on odottamattoman tappion mahdollisuus (Pasanen 2005, 185). Riskeiltä kannattaakin suojautua mahdollisimman hyvin tiedostamalla ja tunnistamalla kussakin vientitoiminnan vaiheessa esiintyvät riskitekijät ja -mahdollisuudet. Näin voidaan luoda toimivia järjestelmiä, jolla mahdolliset riskitekijät voidaan parhaiten hallita. (Selin 2004, 15.)

Suurin osa yrityksistä kuitenkin epäröi ulkomaille lähtemistä. Ne näkevät esteitä ja riskejä, jotka johtuvat maksuista, kieli- ja kulttuurieroista, devalvaatiosta ja valuuttakurssien vaihtelusta sekä lahjonnasta. (Kotler & Renko 2005, 48.)

Erilaisia maksuehtoon ja rahoitukseen liittyviä riskejä ovat: sopimusriski, valuuttariski, rahoitus- ja korkoriski, ostajasta johtuvat kaupalliset riskit (maksuviiveet, luottotappio), ostajan maahan kohdistuva maariski ja vahinkoriski. Vienti- ja tuontikaupan kaikissa vaiheissa tarvitaan selvitystä erilaisista riskeistä ja arvioita niiden todennäköisyydestä suunnitellussa kauppatapahtumassa. Näitä vaiheita ovat suunnittelu, hinnoittelu, markkinointi, tarjous, sopimus, valmistus, toimitus, maksu ja takuu-aika eli ulkomaankaupan toteutukseen liittyvä tapahtumaketju kokonaisuudessaan. (Pasanen 2005, 185-186.)

Pasanen (2005, 185-186) toteaa, että riskienhallintakeinoja ovat riskien välttäminen, vähentäminen, hajauttaminen, siirtäminen tai pitäminen omassa hallinnassa. Välttäminen on tehokkainta, mutta ei aina tuloksekasta. Riskien vähentäminen saattaa rajoittaa toimintaa tai suunnata sitä riskittömmimpiin kohteisiin. Riskien hajauttaminen merkitsee yksittäisen riskin toteuttamisesta aiheutuvan tappion vähentymistä esimerkiksi valitsemalla useita markkina - alueita, asiakkaita, toimialoja tai tuotteita/ palveluja yhden yksittäisen tekijän sijaan. Samoin riskin siirtäminen toiselle osapuolelle voi olla käyttökelpoinen tapa hallita riskiä. Riskin pitäminen omassa hallinnassa on perusteltua. Yrityksen on selvitettävä toimintaansa liittyvät riskit ja huolehdittava siitä, että riskit ovat oikeassa suhteessa yrityksen riskinotto-kykyyn ja -haluun.

Uhkatilanteisiin on suhtauduttava vakavasti. On pyrittävä selvittämään tilanteen aiheuttaneet syyt eikä pidä liiaksi luottaa omaan kykyyn ratkaista tilanne, vaan pyrittävä on saatava suomalaista asiantuntija-apua. Kaikissa eteen tulleissa ongelmatilanteissa on syytä jälkikäteen tarkastelu. (Tiri, Aitio, Tiri & Alho 2009, 222.)

Jos viennin tai kansainvälistymisen aloittaminen vaatii kohtuullisen paljon panostusta ja investointeja, on suositeltavaa riskien minimoimiseksi ja menestyksen helpottamiseksi lähestyä asiaa tiedon ja systemaattisen suunnittelun pohjalta. (Äijö 2008, 25.)

### **2.3 Vientiprosessi**

Suunnitelmalliset selvitykset kohdemarkkinoista ja niiden asiakirjavaatimuksista ovat onnistuneen vientiprosessin avaintekijöitä (Janike Heimonen 1.7.2015). Useimmat yritykset aloittavat vientitoimet kansainvälistymissuunnitelmalla ja keräävät aluksi tietoa koulutustilaisuuksista ja tekevät alustavia markkinakartoituksia. Yleensä tässä vaiheessa ajatukset tarvittavista resursseista ovat jo muotoutuneet ja useimmat päätyvät palkkaamaan oman vientipäällikön tai hakevat yhteistyökumppanin kohdemaalta. Tämä yhteistyökumppani voi olla yritys, joka ryhtyy edustamaan ja myymään suomalaisen vievän tuotetta. (Selin 2004, 15.)

Pitkällä aikavälillä voidaan todeta, ettei passiivinen, suunnittelematon vienti tarjoa riittäviä menestymismahdollisuuksia millekään yritykselle. Käytännössä tällainen

toiminta on tavallista pienillä ja aloittelevilla yrityksillä sekä sellaisilla, jotka eivät aio laajamittaista vientiä koskaan harjoittaakaan. Kilpailu kansainvälisillä markkinoilla on kireää ja lähes kaikkia tuotteita on tarjolla riittävästi, joten menestyminen vientimarkkinoilla vaatii riittävän suunnitelmallista ja pitkäjänteistä asennoitumista vientitoimintaan. (Larimo, Parkkonen & Tuomala 2000, 62.)

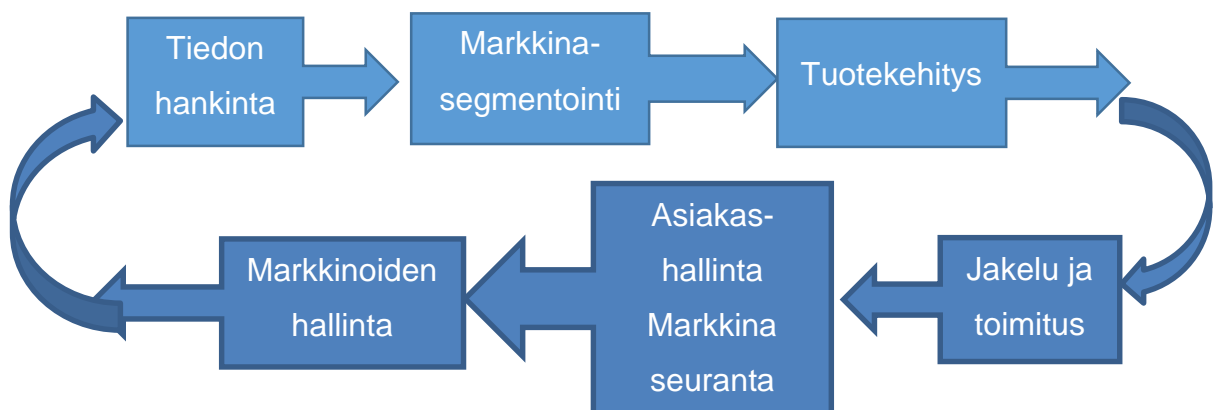
Kun motiivit ovat selvät miksi viedä tulee seuraava kysymys - miten viedä

- Minkälainen tuote- ja palvelukokonaisuus on kyseessä. Tarvitaanko edustajaverkkoa.
- Tietääkö yritys vientitoiminnasta riittävästi.
- Onko yrityksessä riittävästi kielitaitoa.
- Voisiko yhteistyö muun tai muiden yritysten kanssa olla mahdollinen. (Selin 2004, 95.)

Sitten tulisi miettiä paikka mihin viedä ja kuljetus.

Selin (2004, 95) korostaa, että ratkaisevaa suunnittelulle on yrityksen rehellinen arviointi omista kyvyistään sekä mahdollisuuksistaan vientimarkkinoilla. Tilanneanalyysissä on myös tärkeää tiedostaa yrityksen tulevaisuuden strategiset tavoitteet.

Kuviossa 2 voidaan todetta vientitoiminnan polku, tässä mallissa riski on minimoitu ja myyntitulos optimoitu.



Kuvio 2. Vientitoiminnan polku. (Tiri, Aitio, Tiri & Alho 2009, 89.)



## 2.4 Vientimuodot

Viennin käynnistämiseen on monta tapaa. Valittu tapa määrittää, miten viestintä, markkinointi, myynti ja tavaroiden jakelu toteutetaan. Tapa määrittää samalla vastuiden jakautumisen eri toimijoiden välillä. Vientitapa voi myös kehittyä ja muuttua toiminnan myötä ja viejäyritys voi esim. muuttaa jälleen myynnin rakennetta tai jopa ottaa jälleen myynnin omaan haltuunsa. Usein vientiä käynnistettäessä kannattaa käyttää sellaisia jälleen myyjiä, joilla on sopivia asiakkaita omille vientituotteille. Viennin koko tarjonta voi sisältää myös toisen yrityksen tarjontaa, jos tämä edesauttaa oikean kokonaistarjoaman muodostamista asiakkaalle. (Kansainvälistyminen, [viitattu 11.8.2016].)

Ennen viennin aloittamista yrityksen on kartoitettava alalle tyypilliset toimijat ja toimintatavat kohdemaassa. Kuinka monen jakeluportaan kautta tuote käy läpi ennen kuin se saavuttaa loppuasiakkaan? Minkälaisia nämä toimintaketjun yritykset ovat? Mitä tähän ketjuun pääseminen vaatii? Onko ketjussa toimiminen tarpeeksi tuottavaa? (Vienti, [viitattu 24.8.2016].)

Vientimuotoja ovat suora ja epäsuora vienti, joissa hyödynnetään ulkopuolisia välittäjiä, sekä välitön vientimuoto jossa yritys itse myy tuotettaan suoraan ulkomaisille loppukäyttäjille. Näitä mainittuja vientimuotoja tarkastellaan myöhemmin tarkemmin alaluvuissa.

### 2.4.1 Suora vienti

Suoralla vientimenettelyllä tarkoitetaan sitä, että vientitavaran lähtö- ja poistumispaikka sijaitsevat samassa EU - jäsenvaltiossa. Vienti hoidetaan ulkomaisen välittäjän kautta. Välittäjänä voi tällöin toimia kohdemaassa toimiva, tukkuliike tai edustaja. Suora vienti tarjoaa tehokkaan oppikoulun vienti toiminnan kiemuroihin, sillä viejä asioi suoraan ulkomaisen tahon kanssa. Perustiedot ulkomaankaupasta tulee hankkia hyvissä ajoin etukäteen. Vaikka suoran viennin etuihin kuuluu suorat kontaktit kohdemaahan, voidaan haittoihin lukea toiminnan suuremmat kustannukset

sekä ulkomaisen välittäjän ”suodatettu” tieto. Suoraa vientiä käytetään usein kulutustavarakaupassa, jossa halutaan tavoittaa keskitetysti laaja asiakaskunta. (Selin 2004, 24.)

Useimmiten ulkomainen yhteistyökumppani parantaa vientitoiminnan onnistumisen mahdollisuuksia, sillä paikalliset olot ja käytännöt tuntevalla kumppanilla on välitön käsitys paikallisesta markkinatilanteesta. (Vienti, [viitattu 24.8.2016].)

Yksinkertaistettuna menettelyprosessi on seuraavanlainen:

- Viejä lähettää sähköisen vientiilmoituksen Tulliin hyvissä ajoin ennen vientilähtöä.
- Tullin tietojärjestelmästä tulee vastaussanoma: hyväksymis- tai hylkäässanoma.
- Jos vienti-ilmoitus on virheetön ja se on hyväksytty, hyväksymissanomaa seuraa luovutussanoma, jonka liitteinä ovat luovutuspäätös ja viennin saatteasiakirja EAD (Export Accompanying Document). EAD:hen on merkitty MRN-numero (Movement Reference Number), joka yksilöi ilmoituksen Tullin tietojärjestelmissä.
- EADI:ssä oleva MRN-numero on esitettävä poistumispaikalla yhdessä vietävien tavaroiden kanssa.
- Poistumispaikan tulliviranomainen vahvistaa tavaroiden poistumisen suoraan tietojärjestelmään.
- Poistumisvahvistetun luovutuspäätöksen avulla viejä voi osoittaa viennin arvonlisäverottomuuden. (Alho, Kekki & Peltonen 2012, 12.)

#### **2.4.2 Epäsuora vienti**

Tavara asetetaan vientimenettelyyn Suomessa, mutta tavara poistuu EU-alueelta jonkin toisen jäsenvaltion kautta (Alho, Kekki & Peltonen 2012, 12.) Epäsuora vienti

on pienelle yritykselle toiminnan alkuvaiheessa vaivaton ja pieniä panostuksia vaativa tapa. Vienti hoidetaan tällöin suomalaisen välikäden kautta. Välikätenä voi toimia toinen vientiyritys, kauppahuone, vientiagentti tai vientiliike. Yritykselle toiminta vastaa kotimaankauppaa ja vaatii vain vähäistä vientiosaamista esimerkiksi tavaran merkinnässä, pakkauksessa tms. Epäsuora vienti on myös passiivisin tapa toimia kansainvälisillä markkinoilla ja soveltuu erityisesti kaukaisiin maihin viettäessä sekä ns. bulkkitavaran toimituksissa. (Selin 2004, 23.)

Usein voi olla hyvä vaihtoehto hyödyntää toista kotimaista yritystä tai paikallista vientiagenttia tuotteiden ja palvelujen viennissä. Tuote myydään suoraan kotimaiselle kumppanille, joka voi käyttää sitä viennissä oman tarjoamansa osana. Kotimainen yhteistyö onkin erityisesti pk-yrityksille hyödyllistä, sillä pienten yritysten rajallisten resurssien teho moninkertaistuu, kun panostuksia ja riskejä voidaan jakaa useamman kesken. Vaihtoehtona on myös toimia alihankkijana ulkomaiselle yhteistyökumppanille – tällöin ulkomainen taho hoitaa varsinaisen tuotteiden myynnin ja markkinoinnin, mutta käyttää suomalaisen yrityksen valmistamia tuotteita tai tuotteiden osia omassa tarjoamassaan. (Vienti, [viitattu 24.8.2016].) Epäsuorassa ja suorassa viennissä hyödynnetään ulkopuolisia välittäjiä.

### **2.4.3 Välitön vienti**

Välitön vienti vaatii suomalaiselta yritykseltä vankkaa vientiosaamista. Yritys myy tällöin tuotettaan suoraan ulkomaisille loppukäyttäjille. Välitön vienti tarjoaa suomalaiselle yritykselle erinomaisen tavan kohdemaan markkinoiden tuntemukseen ja suoriin asiakaskontakteihin. Välitön vienti vaatii myös markkinointitoimenpiteiltä eniten voimavaroja. Välitön vienti on yritykselle kallein tapa, mutta saattaa kuitenkin tuloksien osalta olla tehokkain tapa toimia kansainvälisillä markkinoilla. Välikädet ovat jääneet pois ja yritys hoitaa itse myynnin, markkinoinnin ja asiakastapaamiset. (Selin 2004, 24.)

### 3 VENÄJÄ TURKISTUOTTEIDEN VIENNIN KOHDEMAANA

Koko kauppavaihdolla mitattuna Venäjä oli Suomelle suurin kauppakumppani vuodesta 2007 lähtien. Vuonna 2008 Venäjä oli myös Suomen suurin vientimaa, ja vuosina 2009 – 2014 Venäjän asema Suomen vientimaana on ollut toisen ja kolmannen sijan välillä. Vuonna 2014 Saksa ohitti Venäjän kokonaiskauppavaihdossa ja nyt on Suomen suurin kauppakumppani ja vientimaa. Ruotsi on ollut toiseksi suuri vientimaa. Venäjän osuus Suomen kokonaisviennistä laski edellisvuonna 8,3 prosenttiin ja viime vuonna 5,9 prosenttiin. Venäjä putosi vuonna 2015 Suomen viidenneksi vientimaaksi kun vuonna 2014 oli vielä kolmas. Yhdysvallat ja Alankomaat ovat ohittaneet sen. (Suomen ja Venäjän välinen kauppa 22.3.2016.)

Alaluvuissa käsitellään perustietoa Venäjästä valtiona, sen liiketoimintakulttuurista, vahvuuksista ja heikkouksista vientimaana. Myös Venäjän turkiskulttuurista sekä venäläisistä ja ulkomaisista toimijoista turkismarkkinoilla.

#### 3.1 Perustietoa Venäjästä

Venäjä, viralliselta nimeltään Venäjän federaatio on liittovaltio, joka sijaitsee itäisessä Euroopassa ja pohjoisessa Aasiassa. Maan pääkaupunki on Euroopan puolella sijaitseva Moskova. Nykyinen Venäjän federaatio on perustettu vuonna 1991, silloin Neuvostoliitto hajosi. Venäjän federaatio on vuoden 1993 perustuslain mukaan puolipresidentiaalinen tasavalta. Se on liittovaltio, joka koostuu 83 liittovaltiosubjektista. Subjektit ovat itsehallinnollisia yksiköitä, joilla on tasavertainen edustus Venäjän liittovaltioneuvostossa, kaksi edustajaa kustakin. Subjektit kuitenkin eroavat toisistaan sen perusteella kuinka paljon autonomiaa niillä on. (Venäjä 8.11.2016.)

- neljäkymmentäkuusi aluetta eli oblastia yleisin federaatiosubjektityyppi. Alueella on liittovaltiotasolla nimitetty kuvernööri ja paikallisesti valitut lainsäätäjät.

- kaksikymmentäyksi tasavaltaa nimellisesti autonomisilla tasavalloilla on oma perustuslakinsa, presidenttinsä ja parlamenttinsa. Tasavalloilla on oikeus käyttää

omaa virallista kieltään Venäjän kielen rinnalla, mutta kansainvälisissä asioissa niitä edustaa federaatio. Tasavallat on tarkoitettu etnisten vähemmistöjen kotialueiksi.

- yhdeksän aluepiiriä (krai). Aluepiirit on rajattu historian perusteella. Alun perin ne olivat rajamaita ja myöhemmin myös hallinnollisia lohkoja, jotka sisälsivät alueita tai autonomisia piirejä.

- neljä autonomista piirikuntaa (avtonomnyi okrug): alun perin alueiden ja aluepiirien sisäisiä kokonaisuuksia, jotka luotiin etnisiä vähemmistöjä varten. Näistä tehtiin federaatiosubjekteja 1990-luvulla. Ne ovat Tšukotkaa (niemimaa Koillis-Venäjällä) lukuun ottamatta hallinnollisesti alueiden tai aluepiirien alaisia.

- yhden autonomisen alueen, joka on Juutalaisten autonominen alue: autonomiset alueet olivat alun perin aluepiirien alaisia hallinnollisia yksiköitä. Vuonna 1990 niistä tuli tasavaltoja, yhtä lukuun ottamatta.

- kaksi liittokaupunkia Moskova ja Pietari, maan kaksi suurinta kaupunkia muodostavat omat federaatiosubjektinsa, erillään niitä ympäröivistä alueista Moskovan alue ja Leningradin alue. (Конституция Российской Федерации 2009.)

Pietarin kaupunki sekä Leningradin aluet muodostavat suomalaisille yrityksille noin seitsemän miljoonaan asukkaan lähimarkkinat. Venäjä on paljon muutakin kuin Pietari ja Moskova (Peltola 2015). Venäjän asukasluku oli vuonna 2016 oli 146,5 miljoonaa. Noin 80,9 prosenttia on venäläisiä. Loput ovat muita kansallisuuksia, esimerkiksi tataareja ja ukrainalaisia. Väestötiheys Venäjällä on 8,55 kautta neliökilometri (2015). Venäjällä on 15 kaupunkia, jossa asuu yli miljoonaa asukasta. Esimerkiksi Moskovassa asuu noin 12,3 miljoonaa, Pietarissa 5,2 miljoonaa ja Novosibirskissä 1,6 miljoonaa asukasta (2016). Virallinen kieli federaatiossa on venäjä, lisäksi alueellisesti puhutaan yli sataa muita kieliä. Aikavyöhyke on UTC+2 kautta UTC+12. Venäjä on maailman suurin valtio, pinta - ala on yhteensä 17 125 191 neliökilometriä. Virallinen valuutta on rupla. (Статистика 24.5.2016.)

Venäjän uskonnot ovat kristinusko, islam, buddhalaisuus sekä juutalaisuus. Suurin osa venäläisistä on ortodokseja. 41 prosenttia venäläisistä pitää itseään ortodok-

seina, 4,7 prosenttia - muslimeina ja 25 prosenttia sanoo uskovansa Jumalaan kuumatta mihinkään kirkkoon. 13 prosenttia piti itseään ei-uskovina. (Религиозный состав населения России 2012.)

### 3.2 Venäjän liiketoimintakulttuuri

Kansainvälinen business-etiketti on lyönyt itseään läpi voimakkaasti Venäjällä, mutta siitä huolimatta tietyt erityispiirteet ovat säilyneet venäläisessä yrityskulttuurissa. Venäläinen työkulttuuri on johtajakeskeinen. Johtaja on auktoriteetti, suunnannäyttävä, ohjeistaja ja asioiden konkretisoija. Venäjällä henkilökohtainen vuorovaikutus, suhteet ja verkostot ovat menestyksen edellytys. Tämä pätee niin liikkeenjohtoon kuin asiakassuhteiden kehittämiseen ja ylläpitoon. Sähköpostitse tapahtuva johtaminen on yleistynyt, mutta se ei sovellu erityisen hyvin venäläiseen kulttuuriin. Venäläisessä kulttuurissa arvostetaan henkilökohtaisia, kasvotusten tapahtuvia keskusteluja. (Yritys-Suomi, [viitattu 24.8.2016].)

Venäläinen organisaatio on tyypillisesti jyrkkä pyramidi ja ylimpänä on pääjohtaja. Omistajan ei yleensä ole mahdollista, eikä mielekästäkään, puuttua osa-alueeseen, jonka paikallisjohto osaa paremmin. Riskienhallinnan ja toiminnan tehokkuuden kannalta on epäsuotuisaa, jos kaikki langat päätyvät pääjohtajan käsiin. Läsnäolo ja valvonta kuuluvat liiketoimintaan. (Venäjän kaupan opas 2015, 189.)

Venäjän-kauppa vaatii paljon jälkityötä eli läsnäoloa markkinoilla. Venäläisen kulttuuri ja liiketoimintatapojen tuntemus helpottaa asiakkaiden kanssa toimimista. Vaikka uusi yrityselämän sukupolvi on kielitaitoisia väkeä, suurin osa Venäjän-kaupasta tehdään edelleen venäjänkielellä. (Venäjän-kaupan opas 2015, 9.)

Suomalais-Venäläisen kauppakamarin mukaan kun ollaan tekemisissä venäläisten kanssa, tulee ottaa huomioon venäläisten ihmisten spontaanius, mielialojen nopea vaihtuminen, innovatiivisuus ja kekseliäisyys sekä heidän suvaitsevaisuutensa, sitkeytensä ja arvaamattomuutensa. Venäläiset ovat myös sydämellisiä, ystävällisiä, tunteikkaita, temperamenttisia ja joskus aggressiivisiä. Kieli on usein esteenä kommunikaatiossa. Venäläisiä työntekijöitä on niin työteliäitä kuin laiskoja. (Venäjän kaupan opas 2015, 167.)

Henkilökohtainen myyntityö on paljon vaativampaa Venäjällä kuin esim. Suomessa. Venäläinen ostaja on impulsiivinen, ennalta-arvaamaton, ja usein ostajan ”ruoka-halu” kasvaa neuvottelujen kestäessä. (Venäjän liiketoiminnan perusopas 2007, 111.)

Venäläinen aikakäsitys eroaa suomalaisesta. Aikaa ei koeta voida hallittavan, ja tästä syystä aika ei aina ole raami tai rajoitus työskentelyssä tai tehtävien toteutuksessa. Suomalaisesta kulttuurista poikkeava käsitys suhtautumisessa aikatauluihin ja niistä sopimiseen on usein merkittävä käytännön yhteistyöhön vaikuttava tekijä. (Yleistietoa Venäjästä, [viitattu 24.8.2016].)

On tärkeä, että yrityksen ylin johto sitoutuu alusta pitäen Venäjä- strategiaan, sillä ilman ylimmän johdon tukea ei markkinoilla menesty. Tärkeissä tapaamisissa täytyy olla läsnä yrityksen ykkösketju. Markkinoille menoon on varauduttava pitkäjänteisesti ja yrityksen kassan tulee kestää vähintään kolme vuotta tulosten odottelua. Liiketoimintaympäristön muutoksia on seurattava tarkkaan, riskit on ennakoitava ja nopeatkin päätöksiä on kyettävä tekemään olosuhteiden muuttuessa. (Peltola & Dobrowolski 2015, 9.)

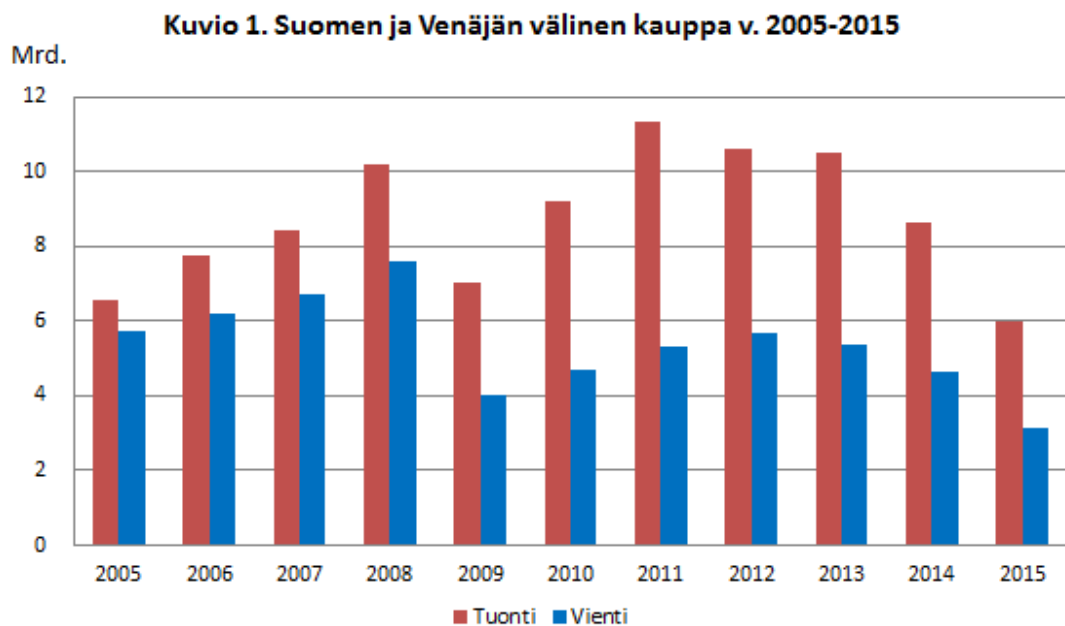
### **3.3 Venäjän vahvuudet ja heikkoudet vientimaana**

Venäjän kasvavat markkinat tarjoavat runsaasti liiketoimintamahdollisuuksia suomalaisille yrityksille. Venäjä on bruttokansantuotteella mitattuna maailman kymmenen suurimman talouden joukossa. Markkina-alueena Venäjä on neljä kertaa Euroopan kokoinen ja ostovoimaltaan viidenneksi ostovoimaisin talous maailmassa. Venäjän merkitys Suomen taloudelle on huomattava. (Yritys-Suomi verkkosivu.) BKT (bruttokansantuote) – yhteensä 2 414 miljardi USD (Yhdysvaltain dollaria), sijalla seitsemän (Сайт о странах и городах 08.2016.)

Markkinoiden suuri koko, monien alojen kasvupotentiaali ja maantieteellinen läheisyys houkuttelevat suomalaisia yrityksiä mukaan Venäjän-kauppaan (Peltola & Dobrowolski 2015, 6.)

Suomen vienti Venäjälle on kasvanut vauhdilla, mutta muita EU-maita hitaammin. Syyksi tähän on arvioitu viennin keskittyvän investointitavaroihin, kun kasvavaa kysyntää Venäjällä on kulutustavaroissa. Työ- ja elinkeinoministeriöllä on Suomen ja Venäjän talouskomission alaiset yhteistyöryhmät yhdeksän Venäjän alueen kanssa. Yhteistyöllä pyritään edistämään yritysten suoria kauppasuhteita ja investointeja sekä avaamaan ovia suomalaisille ja Venäjän alueiden yrityksille. Viranomaiskontakteilla autetaan suomalaisia pk-yrityksiä luomaan suhteita Venäjän alueiden markkinoilla. (Yleistietoa Venäjästä, [viitattu 24.8.2016].)

Venäjän taloustaantuma, pakotteet ja vastapakotteet, heikko ruplan kurssi ja venäläisyritysten rahoitusvaikeudet verottivat Suomen kauppaa Venäjälle vuonna 2015 noin kolmanneksella, sitä voidaan todeta kuviossa 3 (Suomen ja Venäjän välinen kauppa 22.3.2016).



Kuvio 3. Suomen ja Venäjän välinen kauppa v. 2005 - 2015. (Suomen ja Venäjän välinen kauppa 22.3.2016).

Venäjän talouden lievä tasaantuminen näkyy jo positiivisena vireenä yritysten tulevaisuuden odotuksissa. Venäjällä toimivat suomalaisyritykset ovat hieman vientiyrityksiä paremmin pystyneet sopeuttamaan toimintaansa. Näin kertoo Venäjän-kaupan barometritutkimus. (Venäjän kaupan barometri 2016.)



Venäjällä toimivat tai sinne toimintoja suunnittelevat suomalaisyritykset joutuvat työskentelemään turvallisuusympäristössä, joka on Suomea huomattavasti vaikeampi. Liiketoimintaa säätelevä lainsäädäntö, liiketoimintatapa ja viranomaisten menettelytavat poikkeavat totutusta aiheuttaen jo sinällään runsaasti ylimääräistä vaihua. Myös rikollisuustilanne on huomattavan ongelmallinen ulkomaisen yrityksen kannalta. Turvallisuusasiat tulee ottaa huomioon kun yrityksessä aletaan pohtia mahdollisuutta mennä näille markkinoille. Alusta ja koko ajan tilanteen etenemisen mukaisesti liiketaloudellinen toiminta ja turvallisuusjärjestelyt tulee olla tasapuolisesti samanarvoisia ja tasapainossa keskenään. Näin menetellen hyöty ajan mittaan on taloudellinen, kun kyetään ennalta ehkäisevästi estämään erilaisia riskitekijöitä ja ongelmiin vaikuttavia seikkoja. (Tiri, Aitio, Tiri & Alho 2009, 216.)

Merkittäviä haastetta suomalaisyrityksille Venäjällä on: säädösten ja yhteiskunnan jatkuva muutos, kiristynvä kilpailu, agentit ja kumppanit, tullaus, viranomaissuhteet, kulttuuriero. Viejän on aina ennen uudelle alueelle tehtävää vientitarjousta selvitettävä kaikki maakohtaiset viranomaismääräykset ja muistettava, että määräyksissä tapahtuu muutoksia, joten niitä on seurattava. Ehkä eniten toistuvia muutoksia tapahtuu Venäjää koskevissa viranomaismääräyksissä ja muissa määräyksissä, joita voi tiedustella Suomalais-Venäläisestä Kauppakamarista. (Asiakirjat 15.1.2014.)

Venäjän-kaupan asiakirja- ja muut menettelyt eroavat osittain muiden maiden kanssa käytävän kaupan säännöistä. Ongelmia Venäjän-kaupassa on aiheuttanut useille aloille laajentunut sertifiointikäytäntö. Vaikeuksia aiheuttaa myös se, että Venäjän tullilaki ei ole yhteneväinen muun sisäisen lainsäädännön kanssa. Venäjällä on yli 10 erilaista sertifiointijärjestelmää, joista tunnetuin on GOST R-järjestelmä, joka kattaa mm. kulutustavarat, tuotantovälineet, rakennustuotteet, laatujärjestelmät ja tuotannon. Venäjän tulli tarkistaa tulliselvityksen yhteydessä vastaavuustodistuksen, joka tarvitaan sertifiointipakon alaisille tuotteille. (Asiakirjat 15.1.2014.)

On hyvä mainita myös korruptio ja byrokratia. Kaikki asiat on hoidettavissa laillisesti. Tällöin prosessi on hidas ja päätökset tehdään yleensä määrä-ajan viimeisenä päivänä. Rinnalle on tullut nopeutettu, niin sanottu yksityinen vaihtoehto, joka paikallisen mittapuun mukaan on myös laillinen: palvelusta saa kirjanpitoon kuitenkin, samat virkamiehet tai heidän lähipiirinsä hoitavat lupaprosessit nopeasti firmojensa tarjoamien palvelujen kautta. Paikalliset viranomaiset myös helposti ohjaavat läntisen

investoijan ”oikean” tavarantoimittajan luo tai pyytävät toimimaan paikallisen ”konsultin” kautta. Byrokratia hidastaa hankkeita ja vaikeuttaa kustannusten ennakkointia. Viralliset asiat hoituvat viranomaiskeinoin ja jos eivät hoidu, niin kyse on muusta kun byrokratiasta. (Suomalaisyritysten haasteita Venäjällä 22.7.2015.)

Säädösympäristön muutos on tuonut mukanaan uusia huomionarvoisia asioita. Esimerkiksi työlupabyrokratia on monimutkaistunut, kun Venäjä otti käyttöön aiempien testien lisäksi kieli- ja historiatestit. Kieli- ja historiatesti vaaditaan vuoden lupaan, erityisasiantuntijoiden ja avainhenkilöiden pitkään kolmen vuoden työlupaan ei vaadita kieli- tai historiatestiä, mikäli vuosipalkka ylittää määritellyn summan. (Suomalaisyritysten haasteita Venäjällä 22.7.2015.)

### **3.4 Venäjän turkiskulttuuri**

Venäjän talvi on pitkä ja kylmä, turkisvaatteet lämmittävät ja suojelevat läpi talven. Venäjällä onkin pitkät traditiot turkisten käytöstä. Nykyaikana turkistuotteet ovat suosittuja luksustuotteita Venäjällä. Turkiksia käytetään sekä ulkovaatteina, että juhla-vaatteina. Turkit näkyvät katukuvassa, suurkaupunkien metroissa, autoissa, busseissa, kahviloissa ja missä vaan. (Шубы с начинкой 1.4.2016.)

Turkki Venäjällä on menestymisen ja onnistumisen tavaramerkki sekä osa venäläistä mentaliteettia. Tällä seikalla on merkittävä rooli turkisten markkinoinnissa Venäjällä. Venäläiset kiinnittävät paljon huomiota pukeutumiseen ja tyylikyytteen. Ensivaikutelma on venäläisille tärkeää, pitää olla hyvin pukeutuneena. Suurin osa nuorista miehistä on urheilullisia ja pukeutuvat trendikkäästi. Naiset kiinnittävät paljon huomiota muotiin ja tarkkaan pukeutumiseen. Monet venäläiset naiset ajattelevat, että turkkeja pitää olla enemmän kuin yksi, niitä voi laittaa tyylin, värin ja tilanteen mukaan. Venäläisen ajattelutapaan kuuluu, että turkki päällä antaa arvokkaan vaikutelman ja avaa monia ovia. (Venäläinen hakee turkilla arvokkuutta 20.1.2012.)

Opinnäytetyön tekijän mielestä turkistuotannon eettinen näkökulma ei tunnu vaivaavan kuluttajia. Vaikka markkinoille tulee Eco-turkiksia, joista on usein nähtävillä mainoksia, pitää aito turkis pintansa. Venäjälläkin on turkisten vastustajia, mutta ei samassa mittakaavassa kuin Suomessa.

Turkki on myös haluttu lahja. Hyvä turkki on yksi venäläisnaisten suosikkilahjoista. Turkkeja myydään vaateliikkeiden lisäksi runsaasti messuilla, toreilla ja näyttelyissä. Erilaisia turkistapahtumia järjestetään pitkin talvea ja niitä mainostetaan aggressiivisesti. Turkin saa edullisimmin torilta tai turkismessuilta, mutta tavarán laadusta ei ole aina takeita. Tori- tai messumyyjiä voi myös olla vaikea saada vastuuseen myöhemmin. Jäljennökset ovat yhä tasokkaampia, ja huijauksen huomaa usein ainoastaan asiantuntija. Turvallisinta on ostaa viralliselta jälleenmyyjältä tai suoraan valmistajalta. (Venäläinen hakee turkilla arvokkuutta 20.1.2012.)

Modnica-Ya:lla nettisivuilla (Модные шубы 2016-2017) kirjoitettu, että Venäjällä on tällä hetkellä muodikasta pukeutua turkisliiveihin sekä eri turkislaatuja yhdistelmiin. Myös turkkeja värjätään kirkkailla väreillä, punaisella, sinisellä ja vihreällä. Suosituimpia ovat kuitenkin luonnolliset värit, koska ne näyttävät aidolta turkikselta. Muoti muuttuu koko ajan, tänään voi olla vaikka punainen väri muodissa ja huomenna sininen, siksi turkin ostoa täytyy harkita tarkoin. Turkkeja ei hankita vain yhdeksi muotisesongiksi, vaan niitä käytetään vuosia eteenpäin. Pienempiä turkistuotteita ja somisteita kuten karvalakkeja, liivejä, käsineitä, huiveja ja laukkuja hankitaan yleisesti erivärisinä, erimuotoisina, ne eivät ole niin kalliita.

Vuonna 2016 - 2017 muodissa ovat lyhyet ja keskipituiset turkikset. Turkiksissa pätee sääntö, mitä pitempi tuote, sitä lyhyempi karva. Turkki pysyy kevyenä ja mukavana. Tällä hetkellä muodissa on minkkiturkki. Kauden trendi on pitkä turkki, "aamutakki" minkistä, se sopii hyvin niin arkikäyttöön kuin juhlaikäyttöönkin. Suosituimpia nahkoja turiksissa ovat minkki, kettu ja hopeakettu. Myös kiharakarvalampaan, vuohen ja kanin turkkia käytetään. Suosittua on myös useiden eri eläinten nahkojen yhdisteleminen samaan vaatteeseen. (Модные шубы 2016.)

Jotkut suunnittelijat ennustavat, että vuonna 2017 suosituimpia ovat minkki- ja lamasturkit. Ripaus glamouria ja eleganssia tuo myös se, että turkikset ovat ilman kaulusta ja hihat lyhennettynä. (Модные шубы 2017.)

Oppinäytetyön tekijän mielestä nämä mallit sopivat enemmän lämpimällä talvisäällä tai sitten niitä voi käyttää syksyllä ja keväällä. Liitteessä 1 löytyy esimerkkejä turkis-  
muodista 2016 – 2017.

Venäjän rikkaimmat kuluttajat pitävät parhaimpina soopeliturkkeja, mutta myös ulkomainen minkki on suosiossa. Kanadalaisminkkien karva on venäläisminkkien lyhyempi ja lyhyt karva heijastaa valoa kauniisti. Mustat turkit ovat kaikkein suosituimpia, musta väri on turvallinen ja pysyy muodissa aina. Venäjänkielisiltä nettisivuilta löytyy paljon linkkejä, joissa opastetaan huomioimaan turkkien valittaessa omien hiusten ja silmien värit. Opasteissa kiinnitetään huomioita myös vartalon ominaisuuksista ja siihen minkä mallinen turkki ostajalle sopii parhaiten. Helpoin tapa hankkia oikeamallisen ja kokoisen turkin on kuitenkin sovittamalla alan liikkeessä. (В России изделия 10.3.2015.)

InterModa:n (В России изделия 10.3.2015) verkkosivuilla on kirjoitettu, että turkit ovat Venäjällä kolmanneksi suurin hankinta asunnon ja auton jälkeen. On sanonta "Vaikka venäläisillä ei ole mitään syötävää, turkista pitää hankkia ehdottomasti!" Se kuulostaa hieman liioiteltuna, mutta se kertoo venäläisten rakkaudesta turkiksiin.

Turkis on yksi hienoimmista luonnonmateriaaleista, joita myös itse monet suunnittelijat käyttävät hyväkseen omassa työssään. Turkismateriaali soveltuu erityisesti Venäjälle, siellä turkki ei ole vain luksusmerkki ja se on myös hyvin tarpeellinen vaate kylmänä vuodenaikana. Muodin viimeaikainen kehitys osoittaa, että turkiksia käytetään myös muuhun kuin ulkovaatteeksi Venäjällä ja muualla maailmalla. Saga Furs turkishuutokaupan asiantuntijat haastattelivat venäläisiä suunnittelijoita ja saivat heiltä tietoa tämänhetkisistä turkistrendeistä. (Российские дизайнеры 28.1.2013.)

Sergei Efremov InterModa:n (2016) sivuilla kertoo, että tänä päivänä turkis on yksi tärkeimmistä materiaalista, jota monet suunnittelijat käyttävät kaikissa mahdollisissa ja mahdottomissa tuotesuunnitelmissa. Turkiksesta suunnittelijat valmistavat myös rannekoruja ja jopa käytännöllisiä niskatukea autoilijoille. Viime vuosina on erityisesti käytetty soopelin-, ilveksen- ja minkinnahkoja. Suunnittelijat arvostavat Saga Furs:n ketunnahkaa, sillä se on hyvärakenteinen ja hyvävärisen. Muotiin ovat tulleet myös kiharakarvalampaan-, lampaan-, vuohen- ja jakinturkit. Ehkä tärkein trendi tänä vuonna on myös se, että turkikset ovat luonnonvärisiä. Nykypäivänä arvostetaan, että turkki näyttää aidolta turkilta!

Turkis ei ole vain uskomattoman lämmin ja houkutteleva materiaali, se on myös täynnä glamouria. Kylminä talvina ei pärjää ilman lämmintä turkista ja myös viileänä kesäiltana turkista voi käyttää. Kevyttä turkisviittaa voi käyttää melkein milloin tahansa. Uudessa kokoelmassa "Breathless" kaikki kankaat lentävät tai virtaavat, turkis korostaa hihoja ja kaulusta. Kaikilla muotitaloilla on nykyään oma nahkaturkki mallisto. Lisäksi tulevat asusteet kuten laukut ja kengät. Ja ylellisyys ja tyylikkyys on aina paikallaan! totesi Igor Guliaev. (Российские дизайнеры 28.1.2013.)

Aikaisemmin sana "turkis" liittyi vain päällysvaatteisiin. Tänä päivänä turkis ei ole vain turkistakki. Turkismateriaalia käytetään laajasti. Esimerkiksi turkista käytetään korostamaan asusteissa ja vaatteissa, kauluksissa ja muissa osissa. Yhä enemmän turkista käytetään myös sisustuselementtinä: minkistä, soopelista, ketusta ja chinchillasta tehdään tyynyjä, peittoja ja huopia, kestävämmistä nahoista kuten laama, vasikka tai piisami tehdään mattoja ja päällisiä huonekaluihin. Sisustuksessa German Shalumov, suosii myös majavaa. (Российские дизайнеры 28.1.2013.)

### **3.5 Venäläiset ja ulkomaiset toimijat turkismarkkinoilla**

Venäjällä on pitkät perinteet turkisten myyjänä, mutta investoinnit kotimaiseen turkisteollisuuteen ovat jääneet viime vuosina vähäisiksi. Turkistuotanto on kutistunut reilussa kolmessa vuodessa peräti viidenneksen. Kiina on suurin kilpailija. Monet ostavat turkiksia ulkomaanmatkoiltaan esimerkiksi Arabiemiirikunnista. Siellä turkikset ovat halvempia, koska ei ole tuonti ja vienti veroja. (Шубы в Дубае 17.6.2014.)

Yksi konsepti turkisten ostoon on ostosmatka Kiinaan tai Kreikkaan, yleensä tarkoituksena on hankkia mittatilausturkki. Asiakas tietää mitä haluaa ja mitä se saa maksaa.

- Laadukas, keskipitkäinen minkkiturkki maksaa moskovalaisliikkeessä 3 400 - 7 000 euroa.
- Lyhyt kettuturkki maksaa noin 2 000 euroa.
- Lyhyen soopeliturkin saa ostaa 11 000 - 35 000 eurolla.
- Halvempiakin tuotteita löytyy, mutta laatu ei ole niin hyvä.

Moskovasta on nyt mahdollisuus ostaa myös Blackglama brändin tuotteita. Blackglama on kallis Pohjois-Amerikassa tuotettu minkki. Keskipitkästä minkkiturkista saa maksaa 7 000 - 12 000 euroa. (Blackglama, [viitattu 18.5.2016].)

Toreilta voi löytää keskipitkän minkkiturkin 1 200 eurolla. Lyhyt kettu turkki saattaa lähteä mukaan vähän yli 500 eurolla. Turkkien hinnat liikkuvat yleensä tuhansissa euroissa. Hinta riippuu siitä, kuinka paljon turkkiin on käytetty turkisnahkaa ja minkä laatuista se on. Myös sillä on vaikutusta onko nahka ketun, minkin, supikoiran tai soopelin. Vuonna 2014 Kiina toi Venäjälle turkiksia 2,37 miljardilla dollarilla. Tämä edusti 70 prosenttia turkisten koko tuonnista Venäjälle. Hinta yhdestä turkistuotteesta voi helposti olla 40 000 - 50 000 kiinan yuania (400 - 500 tuhatta ruplaa, eli 5 550 - 7 000 euroa). Vaikka Venäjällä on paljon turkis tuotantoa, sinne tuodaan paljon tuotteita myös Italiasta ja Kreikasta. Italiasta tuodaan vain tyylikkäitä ja kalliita turkistuotteita. (В России изделия из меха 10.3.2015.)

Iso osa Venäjällä käytettävistä turkeista tulee Kiinasta. Venäjällä päätettiin alkaa kontrolloida turkiskauppaa. Venäjän markkinoille tulevista turkistuotteista vain 10 prosenttia on laillisia ja 90 prosenttia on laittomia. Tästä johtuen 1.4.2016 alkaen astui voimaan laki, jonka mukaan jokaisella turkistuotteella pitää olla oma siru, josta asiakas voi jopa oman älypuhelimensa avulla nähdä tuotteen nimen, brändin, tyylin, mallin, koon ja värin. (Шубы с начинкой 1.4.2016.)

Neuvostoliitossa oli 500 turkistarhaa, nykyään Venäjällä on vain 30 (Русские шубы из Китая 14.12.15). Markkinoilla toimivat venäläiset ja ulkomaiset kilpailijat, hintataso sekä hankinta- ja jakelukanavat on hyvä selvittää heti. Omalla toimialalla vallitsevat käytännöt on hyvä tuntea etukäteen. Kuluttajatuotteiden kohdalla maku- ja kulutustottumukset ovat oleellisia, jotta tuotetta voi tarpeen mukaan räätälöidä Venäjän markkinoille sopivaksi. Tuotteen tullikohtelu ja mahdolliset tekniset vaatimukset, kuten sertifioinnin tarve vaikuttavat kuljetus- ja varastointitarkaisujen ohella tuotteen lopullisen hinnan muodostumiseen. Mahdollinen sertifiointi vie myös aikaa, joten siihen tulee varautua etukäteen. (Peltola & Dobrowolski 2015, 9.)

## 4 VENÄJÄN VIENNIN TUKEMINEN

Erilaiset yritykset ja organisaatiot järjestävät koulutuksia, yhteismessuosastoja, vienninedistämismatkoja, markkinointitutkimuksia ja antavat yrityskohtaista neuvontaa Venäjän viennistä asiakkaan tarpeen mukaan. Nämä yritykset ovat usein myös perillä lainsäädännöistä, verotuksesta, kirjanpito ja tilinpäätösasioista sekä hankkivat ja selvittävät rahoitusta.

### 4.1 Apua käytännön asioihin

Suomen KPMG:n auttaa suomalaisyrityksiä, jotka haluavat etabloitua Venäjälle, harkitsevat investointeja tai jotka jo harjoittavat liiketoimintaa Venäjällä. Kokeneet Venäjä-asiantuntijat tukevat asiakasta tilintarkastuksessa, yritysjärjestelyissä, sisäisessä tarkastuksessa, verotuksessa ja riskienhallintaan liittyvissä kysymyksissä. Neuvoja ja ohjeita saa myös venäläisiin henkilöstöhallinnon kysymyksiin. Palveluvalikoima kattaa venäläisen yrityksen koko elinkaaren ja kaikki hallinnonalat. (KPMG, [viitattu 19.11.2016].)

PWC auttaa yritystä esimerkiksi yritysjärjestelyihin sekä tilintarkastukseen liittyvissä asioissa. Auttaa tarvittaessa silloin, kun tarvitaan apua Venäjän lakien ja sääntöjen tulkinnan tai verokysymysten kanssa tai kun ollaan esimerkiksi kiinnostuneita sijoittamaan Venäjälle. Pwc:n avulla löytyy myös oikeat kontaktit tarvittaviin asiantuntijoihin Venäjällä. (Russian Desk 2015-2016, [viitattu 19.11.2016].)

Suomalais-Venäläinen Kauppakamari järjestää tutustumismatkoja ja julkaisee op-paita. Palvelut on suunnattu sekä suomalaisille että venäläisille yrityksille. SVKK:lla on toimistoja Venäjällä Pietarissa, Moskovassa, Jekaterinburgissa ja Ufa:ssa. (Autamme yrityksiä menestymään Venäjällä. [viitattu 19.11.2016].)

Suomen Yrittäjien kansainvälistymisvaliokunta on yrittäjän tukiverkosto. Kansainvälistymisvaliokunta auttaa etsimään parhaita yhteyksiä eri tilanteissa erittäin laajasta verkostosta. Venäjän-kaupan edunvalvonta-aiheet ovat: Tullauskäytännön sujuvuus, suomalaisten työluvut Venäjällä ja rekisteröintivaatimukset. Sekä Venäjän-

kaupan rahoitus, kaupan esteet, EU:n itämeristrategia ja EU-Venäjä-suhteet. (Venäjän-kauppa, [viitattu 19.11.2016].)

Suomen Yrittäjillä on yhteistyösopimus Venäjän Yrittäjäjärjestö Oporan kanssa. Oporan päätoimisto on Moskovassa. Järjestöön kuuluu 370 000 yrittäjää ja sillä on toimintaa 81 alueella. Opora myös auttaa suomalaisia yrityksiä Venäjän markkinoilla. Suomalaisille Pietarin alue on erityisen tärkeä, ja siksi pääpaino on siellä. Pietarin Oporan sisällä on yrittäjien oikeuksia puolustava toimisto joka toimii koko Luoteis - Venäjän alueella. On sovittu että Suomen Yrittäjien jäsenyrittäjä voi Pietarin Oporan kautta saada apua eri tilanteissa. Apua saatetaan tarvita, kun ongelmia syntyy viranomaisten kanssa tai sitten vaikka asiakkaan löytämisessä. Oporan palvelut ovat maksullisia alkaen 70 eurosta. Hinnoittelu vaihtelee toimeksiannon mukaan. Hinnoittelusta tulee sopia ennen toimeksiannon alkamista. Vastaavasti Suomen Yrittäjät auttaa Oporan jäseniä löytämään yhteistyökumppaneita Suomesta. (Общероссийская общественная организация ОПОРА РОССИИ, [viitattu 19.11.2016].)

## 4.2 Apua markkinointiin

Finpron konsultit yhdessä paikallisen asiantuntijaverkoston kanssa auttavat yritystä haastavien markkinoiden ja venäläisen sielun valloittamisessa ja konsultoivat arvoketjun rakentamisessa sekä yhteistyömuotojen lujittamisessa. Moskovan vientikeskus vastaa Venäjän lisäksi myös IVY-maiden markkinoista, joista kiinnostavimpia ovat Kazakstan ja Azerbaidzhan. Pietarin vientikeskuksen erikoisosaamista ovat kansainvälisten kehityspankkien rahoittamat projektit sekä yritysten omiin investointeihin liittyvät rahoitusmallit. (Finpro - kasvua Suomeen. [viitattu 19.11.2016].)

Awara Group tukee liiketoimintaa Venäjällä etsimällä oikeat yhteistyökumppanit tai asiakkaat tai tukemalla jo olemassa olevaa liiketoimintaa. Awara Groupin konsultointipalveluihin kuuluvat markkinatutkimuspalvelut, lakiasianpalvelut, taloushallinto ja siihen liittyvät IT-järjestelmät, tilintarkastus sekä henkilöstöhallinnon ja liikkeenjohdon konsultointi Venäjän markkinoilla. Toimistot ovat Venäjällä Pietarissa, Moskovassa, Jekaterinburgissa ja Tverissä, lisäksi Helsingissä. (Awara Group, [viitattu 19.11.2016].)



### 4.3 Rahoitusta Venäjän vientiin

Kun yritys lähtee tekemään vienti ponnisteluja Venäjälle, sen kannattaa ehdottomasti selvittää ensin hankkeen rahoitus ja tuki mahdollisuudet. Rahan saanti kannattaa selvittää ennen ponnistelujen aloitusta, koska usein hankkeet vaativat että toimenpiteet aloitetaan vasta kun hankkeen rahoituksesta on annettu päätös. Monet viennissä ja markkinoinnissa auttavat yritykset hakevat rahoitusta heidät palkanneen yrityksen puolesta, haku prosessi on yleensä osa sopimusta.

Työ- ja elinkeinoministeriö (TEM) tukee suomalaisten pk-yritysten liiketoiminnan kehittämistä Venäjällä rahoittamalla etabloitumiseen liittyviä hankeselvityksiä. Finnvera Oyj toimii asiantuntijana ja yhteysorganisaationa TEM:in rahoittamissa hankkeissa. (Valtionavustusta pk-yritysten, [viitattu 19.11.2016].)

Rahoitettavan hankkeen tavoitteena voi olla esimerkiksi Venäjän markkinoille sopivan toimintamuodon valitseminen, kun kyseessä on tuotannollista tai palvelutoimintaa harjoittava yritys. Tuotannollista tai palvelutoimintaa harjoittavan tytär- tai osakkuusyrityksen perustaminen tai kehittäminen. Yhteistyö venäläisen yrityksen kanssa, mikäli suunniteltu liiketoiminta edellyttää huomattavia taloudellisia panostuksia tai tietotaidon siirtoa suomalaiselta osapuolelta venäläiselle. Hakijan tulee olla pk-yritys. Hankkeen tavoitteena ei voi olla viennin edistäminen tai pelkän myyntikonttorin perustaminen. (Valtionavustusta pk-yritysten, [viitattu 19.11.2016].)

Rahoitettavia hankevaihteita voivat olla

- alustava hankeselvitys (Pre-Feasibility Study)
- hankeselvitys ja liiketoimintasuunnitelma (Feasibility Study ja Business Plan)
- koulutus ja asiantuntijoiden käyttö tytäryhtiön toiminnan alkuvaiheessa
- muu venäläisen tytär- tai osakkuusyrityksen merkittävä kehityshanke.

Avustus on korkeintaan 50 prosenttia hyväksytyistä kustannuksista. Hyväksyttäviä kustannuksia ovat korvaus oman henkilökunnan hankkeeseen ulkomailta käyttämästä työajasta, matka-, majoitus- ja päivärahakustannukset sekä ulkopuolisten

asiantuntijapalveluiden kustannukset (esim. konsultit ja tulkit). Avustus voi kohdistua kaikkiin hankevaiheisiin ja on enimmillään 60 000 euroa hankevaihetta kohti. Avustusta voi saada kolmeen eri hankevaiheeseen edellyttäen, että edellinen vaihe on suoritettu ja loppuraportoitu hyväksyttävästi. (Valtionavustusta pk-yritysten, [viitattu 19.11.2016].)

Finnvera on valtion omistama erityisrahoittaja ja Suomen virallinen vientitakuulaitos Export Credit Agency (ECA). Finnvera voi tarjota hankkeen varsinaiseen toteuttamiseen kansainvälistymislainoja ja –takauksia sekä vientitakuuta. (Finnvera, [viitattu 19.11.2016].)

Pohjoismaat perustivat Pohjoismaiden projektivientirahaston (Nopef) vuonna 1982. Toiminnassaan Nopef pyrkii edistämään pohjoismaisten yritysten kilpailukykyä tarjoamalla osa-rahoitusta yritysten kansainvälistymishankkeiden esitutkimuksiin. Nykyään Nopef rahoittaa pienten ja keskisuurten pohjoismaisten yritysten vihreään kasvuun liittyviä esitutkimuksia. Nopef on Pohjoismaiden ympäristörahoitusyhtiön NEFCOn alainen rahasto. Nopefin toimintaa rahoitetaan Pohjoismaiden ministerineuvoston varoin. (Nopef - Pohjoismaiden projektivientirahasto, [viitattu 19.11.2016].)

## **5 TOIMIPIDE – EHDOTUKSET TURKISATELJEE T&E ISOPAHKALA**

Opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää turkistuotteiden viennin mahdollisuuksia Venäjälle, sekä minkälaisia asioita yrityksen pitää huomioida viennin aloittamisessa.

Opinnäytetyön ensimmäisenä tavoitteena oli perehtyä yrityksen kansainvälistymiseen ja toisena tavoitteena oli perehtyä Venäjään turkistuotteiden viennin kohde-  
maana. Tärkeitä käsitteitä opinnäytetyössä olivat viennin aloittamisen motiivit, vientiriskit ja ongelmat, vientiprosessi, viennin eri muodot, Venäjän liiketoimintakulttuuri sekä Venäjän vahvuudet ja heikkoudet vientimaana ja Venäjän turkiskulttuuri. Kaikki nämä ovat asioita joiden pohjalta yritys voisi tehdä päätöksen vientikaupan aloittamisesta.

Silloin kun yritys miettii kansainvälistämistä, se joutuu tekemään erilaisia johtopäätöksiä. Ensiksi on päätettävä kannattaako lähteä Venäjän markkinoille. Otetaan huomion positiivisia ja negatiivisia tekijöitä. Jos vastaus on myönteinen, yrityksen täytyy harkita mihin paikkaan kannattaa suunnata. Paikan valinnan jälkeen yrityksessä joudutaan suunnittelemaan tarkoituksenmukaisia toimintatapoja. Tarvitaan myös selkeä näkemys nykytilanteesta ja visioita siitä, miltä yrityksen tulevaisuus näyttää.

Venäläinen haasteellinen toimintaympäristö voi tuoda yrityksille uusia vaatimuksia. Päätös viennin aloittamisesta on tehtävä perusteellisen valmistautumisen pohjalta. Asioiden hoitamisessa auttaa yrityksen riittävät taloudelliset resurssit, sopeutumiskyky muuttuviin olosuhteisiin, uusien asioiden oppiminen, kilpailukyky ja liiketoiminnan osaaminen. Haasteita tuovat myös kieli- ja kulttuurierot sekä erilaiset maksuehdot. Lisäksi rahoitukseen ja sopimuksiin liittyvät riskit tulevat esille. Viennin aloittaminen vaatii paljon panostusta ja investointeja. Huomioitava on myös lakisäädösten ja yhteiskunnan jatkuva muutos, kiristynyt kilpailu, agentit ja kumppanit. Lisäksi tullaus, viranomaissuhteet, ostajan maahan kohdistuva maariski ja vahinkoriski. Ymmärtämällä kulttuurillisia eroja, ottamalla selvää asioista ja tarkasti huolehtimalla asiakirjojen virheettömyydestä monet ongelmat ovat vältettävissä ja hallittavissa.

Venäjä on haastava kohdemaana, mutta Venäjä on myös iso maa, jossa on paljon kuluttajia ja valmis turkiskäyttökulttuuri. Venäjä on lähimaa ja jos vienti onnistuu, sillä voi kasvattaa yrityksen tulosta merkittävästi.

Jos yritykseltä itseltään puuttuu tarvittava kieli- ja tietotaito, asiantuntijan apu kannattaa hyödyntää. Jos yritys päättää aloittaa viennin Venäjälle, vientimuotona voisi olla suora vienti tai epäsuora vienti. Suorassa vientimuodossa välittäjänä on ulkomainen yritys. Perustiedot ulkomaankaupasta tulee hankkia hyvissä ajoin. Tämän liiketoiminnanmuodon etuihin kuuluu suorat kontaktit kohdemaahan. Haittatekijöihin voidaan lisätä toiminnan suuremmat kustannukset sekä ulkomaisen välittäjän ”suodatettu” tieto. On hyvä tietää vientimuotoa päätettäessä, että Venäjälle tavaroita voi tuoda vain sinne rekisteröitynyt yritys.

Epäsuora vienti on pienelle yritykselle toiminnan alkuvaiheessa vaivaton ja pieniä panostuksia vaativa tapa. Vienti hoidetaan tällöin suomalaisen yrityksen välityksen kautta. Yritys vastaa kotimaankaupasta ja vaatii vain vähäistä vientiosaamista esimerkiksi tavarantoimittajan merkinnästä, pakkauksesta tai muuta sellaista.

Yhteistyötä suunnittelemassa on tärkeä selvittää venäläisen kumppanin taustat. Oikeiden ja luotettavien kumppaneiden tavoittelu on yrityksen onnistumisen edellytys.

Venäjällä liiketoiminnan aloittamisen yhteydessä kannattaa selvittää erityisesti toimenpiteisiin ja tuotteisiin liittyvä lainsäädäntö, sopimukset, tullimaksut ja -tavat, logistiikka, tarvittavat luvat ja sertifikaatit sekä sopimuskäyntöasiat. Käytännössä henkilösuhteet ovat hyvin tärkeitä, usein tärkeämmät kuin itse sopimus, joten henkilösuhteiden solmimiseen ja ylläpitoon kannattaa panostaa. Taustojen selvityksessä kannattaa tukeutua ulkopuoliseen apuun.

Tukea mahdollisiin kauppasteisiin voi saada ulkoasiainministeriöltä, joka tarjoaa yrityksille kauppasteiden poistamiseen tähtäävää palvelua, mikäli haasteita tulee eteen.

Muita tahoja, joilta yritys voi saada apua, ovat esimerkiksi Suomen KPMG, PWC, Suomen Yrittäjät. Suomalais-Venäläinen kauppakamari antaa apua käytännön asioihin. Finpro ja Awara Group auttavat markkinoinnissa ja Finnvera ja Nopef ovat mukana Venäjän viennin rahoituksessa.

Liitteestä kaksi löytyy vientiä varten kaikki tarvittavat asiakirjat.

## LÄHTEET

Alho, A., Kekki, P. & Peltonen, P. 2012. Tullaus- ja sertifiointiopas 2012. Helsinki: Suomalais-Venäläinen kauppakamari.

Asiakirjat. 15.1.2014. [Verkkosivu]. Helsinki: Suomen yrittäjät. [Viitattu 9.5.2016, 24.8.2016]. Saatavana: <https://www.yrittajat.fi/yrittajan-abc/kansainvalistymisen/opas-kansainvalistymiseen/asiakirjat-318745>

Autamme yrityksiä menestymään Venäjällä. Ei päiväystä. Suomalais-Venäläinen Kauppakamari. [Verkkosivu]. Helsinki. [Viitattu 19.11.2016]. Saatavana: [www.finruscc.fi](http://www.finruscc.fi)

Awara Group. [Verkkosivu]. Moskova, Pietari, Tver, Helsinki. [Viitattu 19.11.2016]. Saatavana: <http://www.awaragroup.com/fi/>

Blackglama. Ei päiväystä. [Verkkosivu]. Официальный салон в России. [Viitattu 18.5.2016]. Saatavana: <http://www.blackglama.ru/about/>

Finnvera. Ei päiväystä. [Verkkosivu]. [Viitattu 19.11.2016]. Saatavana: <https://www.finnvera.fi/Finnvera/Finnvera-lyhyesti/Finnvera-Esittely>

Finpro - kasvua Suomeen. 2016. [Verkkosivu]. Suomeessa Helsinki. [Viitattu 19.11.2016]. Saatavana: <https://www.finpro.fi/palvelut>

Haastattelija 2016. Turkistuottaja. 28.10.2016

Harkimo, L. edistää turkisten näkyvyyttä. 11.2.2016. ProFur. Suomen turkiseläinten kasvattajain Liitto ry (STKL) ry. [Verkkosivu]. [Viitattu 26.10.2016]. Saatavana: [http://www.profur.fi/Leena\\_Harkimo\\_edistaa\\_turkisten\\_nakyvyytta](http://www.profur.fi/Leena_Harkimo_edistaa_turkisten_nakyvyytta)

Ingman, K. 1/2016. Turkistuottaja, ProFurin hallituksen puheenjohtaja. Turkistalous. Artikkel. [Viitattu 21.5.2016].

Isopahkala, E. 2016. Suunnittelija/valmistaja. Turkisatelj T & E Isopahkala. Puhelimitse saatu tieto 28.7.2016

Janike Heimonen. 1.7.2015. Onnistuneen vientiprosessin takana osaava tiimi. [Verkkosivu]. Helsinki: Keskus-kauppakamari. [Viitattu 29.10.2016]. Saatavana: <http://kauppakamari.fi/2015/07/01/onnistuneen-vientiprosessin-takana-osaava-tiimi/>

Kansainvälistyminen. Ei päiväystä. [Verkkosivu]. Yrityssuomi. Työ- ja elinkeinoministeriö. [Viitattu 11.8.2016]. Saatavana: <https://www.yrityssuomi.fi/kansainvalistyminen>

- Kiiski, T. 2016. Uusia mahdollisuuksia turkiksille. Turkistalous (6), 4-5.
- Kotler, P., & Renko, R. 2005. Markkinoinnin avaimet. Helsinki: Readme.fi.
- KPMG. International Annual Review. Ei päiväystä. [Verkkosivu]. [Viitattu 19.11.2016]. Saatavana: <http://www.kpmg.com>
- Larimo, J., Parkkonen, V. & Tuomala, M. 2000. Vientimarkkinointi (2. uud. p.). Vaasa: Vaasan yliopisto.
- Linnanen. Ei päiväystä. Turkisateljee Linnanen Oy. Yrityksen kotisivu. [Verkkosivu]. Helsinki. [Viitattu 8.11.2016]. Saatavana: <http://www.linnanen.com/fi>
- Nieminen, I. M. 10.6.2016 Turkisyhtiö Saga Furs antoi rajun tulosvaroituksen. [Verkkolehtiartikkeli]. YLE. [Viitattu 17.9.2016]. Saatavana: [http://yle.fi/uutiset/turkisyhtio\\_saga\\_furs\\_antoi\\_rajun\\_tulosvaroituksen/8946339?ref=leiki-uu](http://yle.fi/uutiset/turkisyhtio_saga_furs_antoi_rajun_tulosvaroituksen/8946339?ref=leiki-uu)
- Nopef - Pohjoismaiden projektivientirahasto. Ei päiväystä. [Verkkosivu]. [Viitattu 19.11.2016]. Saatavana: <http://www.nopef.com/fi/nopefista/>
- Osakkeet ja osakkeenomistajat. 14.9.2016. Saga Furs OYJ. [Verkkosivu]. Vantaa. [Viitattu 17.9.2016]. Saatavana: [http://www.sagafurs.com/fi/company/investors/shares\\_shareholders](http://www.sagafurs.com/fi/company/investors/shares_shareholders)
- Pasanen, A. 2005. Kansainvälisen kaupan käsikirja. Helsinki: Multikustannus.
- Peltola, P., & Dobrowolski, T. 2015. Venäjän kaupan opas (1. painos.). Helsinki: Suomalais-venäläinen kauppakamari.
- Poranen, K. 5.7.2016. Turkistuottajilla heikoin tilanne 20 vuoteen – konkurssseja on jo vireillä, lisää pelätään tulevan. [Verkkolehtiartikkeli]. YLE. [Viitattu 17.9.2016]. Saatavana: <http://yle.fi/uutiset/3-9003374>
- ProFur tilastot. 2016. [Verkkosivu]. Suomen turkiseläinten kasvattajain Liitto ry. [Viitattu 11.8.2016]. Saatavana: <http://www.profur.fi/Tilastoja>
- Pörssitiedote Saga Furs Oyj. Osavuositiedote. 28.6.2016. [Verkkosivu]. Vantaa: Kauppalehti. [Viitattu 17.9.2016]. Saatavana: <http://www.kauppalehti.fi/5/i/porssi/tiedotteet/porssitiedote.jsp?id=201606280074&comid=SAG>
- Russian Desk. 2015-2016. [Verkkosivu]. Helsinki. [Viitattu 19.11.2016]. Saatavana: <http://www.pwc.fi/fi/palvelut/russian-desk.jhtml>
- Saga Furs Oyj. 2012. Kansainvälinen turkishuutokauppayhtiö [Verkkosivu]. Vantaa. [Viitattu 14.9.2016]. Saatavana: <http://sagafurs.wpengine.com/fi/yritys/tieto-meista>

Selin, E. 2004. Vientitoiminnan käsikirja. Helsinki: Tietosanoma.

Suomalaisyriyten haasteita Venäjällä: Byrokratia ja korruptio. 22.7.2015. [Verkkosivu]. Pietari: Suomen pääkonsulaatti. [Viitattu 22.8.2016]. Saatavana: <http://formin.finland.fi/public/default.aspx?contentid=332838>

Suomen ja Venäjän välinen kauppa. 22.3.2016. Tulli. Tilastointi. [Verkkodokumentti]. [Viitattu 15.5.2016]. Saatavana: [http://www.tulli.fi/fi/tiedotteet/ulkomaankauppatilastot/katsaukset/maat/venaja15\\_2/index.html](http://www.tulli.fi/fi/tiedotteet/ulkomaankauppatilastot/katsaukset/maat/venaja15_2/index.html)

Tiri, M., Aitio, U., Tiri, M. & Alho, A. 2009. Venäjän liiketoiminnan perusopas. Helsinki: Suomalais-venäläinen kauppakamari.

Tiura, M. 11.2.2016. ProFurin toiminnanjohtaja. ProFur. Suomen turkiseläinten kasvattajain Liitto ry (STKL) ry. [Verkkosivu]. [Viitattu 26.10.2016]. Saatavana: [http://www.profur.fi/Leena\\_Harkimo\\_edistaa\\_turkisten\\_nakvyvytta](http://www.profur.fi/Leena_Harkimo_edistaa_turkisten_nakvyvytta)

Turkiselätee T&E Isopahkala. Ei päiväystä. Yrityksen kotisivut. [Verkkosivu]. Kalajoki. [Viitattu 18.5.2016]. Saatavana: <http://www.furatelje.com/>

Valtionavustusta pk-yritysten kansainvälistymishankkeisiin Venäjällä. Ei päiväystä. Työ- ja elinkeinoministeriö. [Verkkosivu]. Valtioneuvosto. [Viitattu 19.11.2016]. Saatavana: <http://tem.fi/selvityshankkeet-venajalla>

Venäjä. Päivitetty 8.11.2016. [Wikipedia]. [Viitattu 5.10.2016]. Saatavana: <https://fi.wikipedia.org/wiki/Ven%C3%A4j%C3%A4>

Venäjän kaupan barometri. Kevät 2016. [Verkkosivu]. Suomalais - Venäläinen kauppakamari. [Viitattu 6.10.2016]. Saatavana: <http://www.svkk.fi/fi-les/15819/barometri-k2016.pdf>

Venäjän-kauppa. Yrittäjät. Ei päiväystä. [Verkkosivu]. Helsinki. [Viitattu 19.11.2016]. Saatavana: [https://www.yrittajat.fi/yrittajan-abc/kansainvalistymien/opas-kansainvalistymiseen/venajan-kauppa-319093#sv\\_kauppakamari=](https://www.yrittajat.fi/yrittajan-abc/kansainvalistymien/opas-kansainvalistymiseen/venajan-kauppa-319093#sv_kauppakamari=)

Venäläinen hakee turkilla arvokkuutta. 20.1.2012. [Verkkosivu]. Tampere: Iltalehti. [Viitattu 25.5.2016]. Saatavana: [http://www.iltalehti.fi/muoti/2012012015104409\\_mu.shtml](http://www.iltalehti.fi/muoti/2012012015104409_mu.shtml)

Vienti. Ei päiväystä. [Verkkosivu]. Yrityssuomi. Työ- ja elinkeinoministeriö. [Viitattu 24.8.2016]. Saatavana: <https://www.yrityssuomi.fi/vienti>

Yleistietoa Venäjästä. Ei päiväystä. [Verkkosivu]. Yritys - Suomi. Työ- ja elinkeinoministeriö. [Viitattu 24.8.2016]. Saatavana: <https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:zxGk8y4FLbAJ:https://www.yrityssuomi.fi/web/maatietoa-venajasta/yleistietoa-venajasta+&cd=2&hl=fi&ct=clnk&gl=fi&client=firefox-b>



- Yrityshaku. Ei päiväystä. [Verkkosivu]. Helsinki: Kauppalehti. [Viitattu 27.10.2016]. Saatavana: [Yhttp://www.kauppalehti.fi/5/i/yritykset/yrityshaku/hakutulos.jsp?query=turkisateljee&submit.x=38&submit.y=17&amount=25&from=0](http://www.kauppalehti.fi/5/i/yritykset/yrityshaku/hakutulos.jsp?query=turkisateljee&submit.x=38&submit.y=17&amount=25&from=0)
- Äijö, T. 2008. Kilpailukyky huippukuntoon: Suomalaisyritys kansainvälistyy. Helsinki: WSOYpro.
- В России изделия из меха необходимы так же, как квартира и автомобиль. 10.3.2015. [Verkkosivu]. Inosmi. [Viitattu 25.5.2016]. Saatavana: <http://inosmi.ru/world/20150310/226745255.html>
- Конституция Российской Федерации. 2009. [Verkkosivu]. Администрация Президента РФ. [Viitattu 23.10.2016]. Saatavana: <http://constitution.kremlin.ru/>
- Модные шубы 2016-2017 года на фото. [verkkosivu]. Москва. Modnica-Ya. [Viitattu 17.05.2016]. Saatavana: <http://modnica-ya.ru/tendencii/shuby-2016-2017.html>
- Модные шубы 2017. [Verkkosivu]. [Viitattu 18.05.2016]. Saatavana: <http://ya2017.com/moda/modnye-shuby-2017/>
- Накрошаев, А. В. 5.8.2016. Пäällikkö. Karjalan tulli. Vastaus kysymykseen. [Henkilökohtainen sähköpostiviesti]. Vastaanottaja: Julia Oppinnäytetyöntekijä. [Viitattu 7.8.2016].
- Общероссийская общественная организация ОПОРА РОССИИ [Verkkosivu]. Moskova. [Viitattu 19.11.2016]. Saatavana: <http://www.opora.ru/aboutus>
- Религиозный состав населения России. 2012. [Verkkosivu]. Megabook. Мегаэнциклопедия Кирилла и Мефодия. [Viitattu 23.10.2016]. Saatavana: <http://megabook.ru/article/>
- Российские дизайнеры рассказали экспертам Saga Furs о тенденциях меховой моды. 28.1.2013. [Verkkosivu]. InterModa. [Viitattu 24.5.2016]. Saatavana: <http://www.intermoda.ru/cit/rossijskije-dizajnery-rasskazali-ekspertam-saga-furs-o-tendencijah-mehovoj-mody.html>
- Русские шубы из Китая. Какой мех продают в России? 14.12.15. [Verkkosivu]. Федеральные Аргументы и Факты. [Viitattu 25.5.2016]. Saatavana: [http://www.aif.ru/money/market/russkie\\_shuby\\_iz\\_kitaya\\_kakoy\\_meh\\_prodayut\\_v\\_rossii](http://www.aif.ru/money/market/russkie_shuby_iz_kitaya_kakoy_meh_prodayut_v_rossii)
- Сайт о странах и городах. 08.2016. [Verkkosivu]. Статистика. [Viitattu 23.10.2016]. Saatavana: <http://www.statdata.ru/goroda-millionniki-rossii-po-naseleniu>

Статистика России. 24.5.2016. [Verkkosivu]. Москва: Август-Борг. [Viitattu 9.08.2016]. Saatavana: [http://www.gks.ru/free\\_doc/doc\\_2016/rusfig/rus16.pdf](http://www.gks.ru/free_doc/doc_2016/rusfig/rus16.pdf)

Шубы в Дубае. [TV-ohjelma]. 17.6.2014. [Viitattu 17.5.2016]. Saatavana: <https://www.youtube.com/watch?v=iGfWp98stiM>

Шубы с начинкой выведут из тени контрабандистов. 1.4.2016. Новости. [TV-ohjelma]. [Viitattu 12.05.2016]. Saatavana: <https://www.youtube.com/watch?v=WabBbPzSyac>

## **LIITTEET**

1 Turkis muotia 2016-2017.

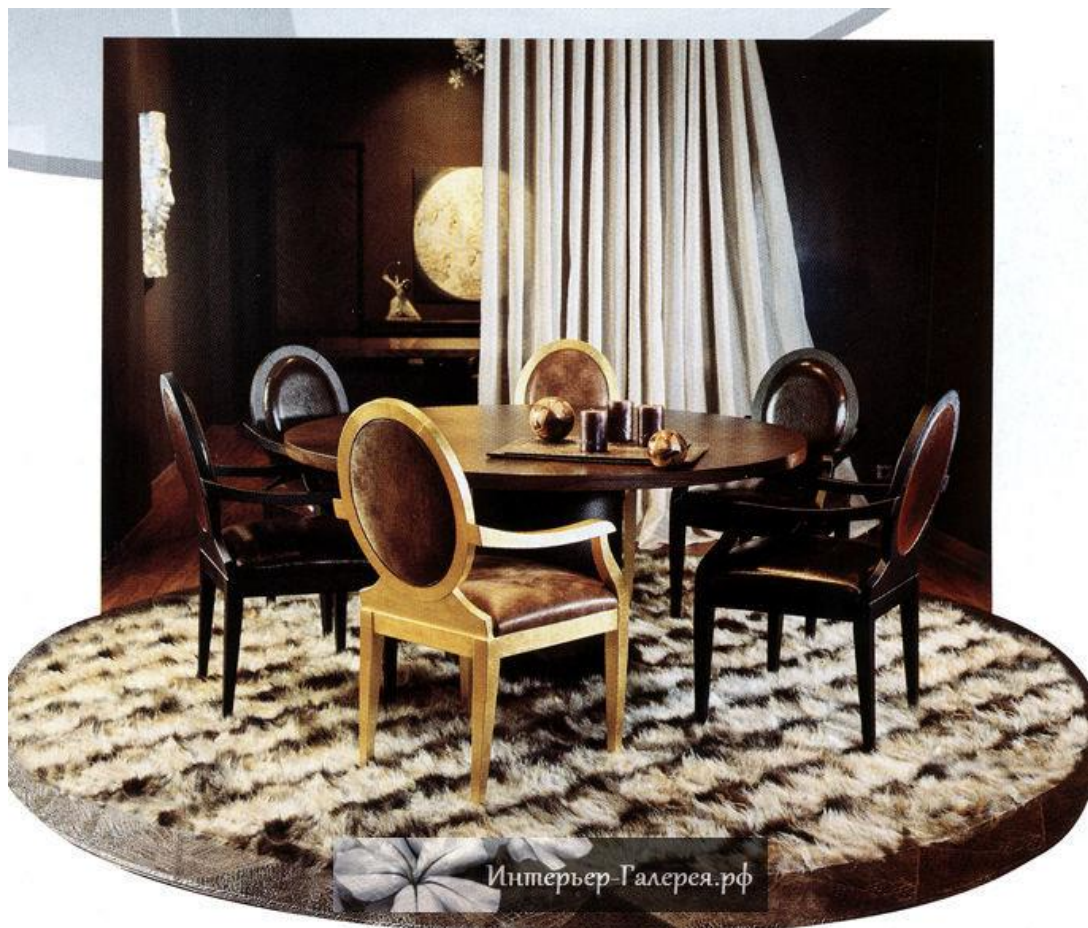
2 Vientiä varten tarvittavat asiakirjat.

## LIITTE 1 Turkis muotia 2016-2017









Интерьер-Галерея.рф



## LIITTE 2

### Vientiä varten tarvittavat asiakirjat.

1. **Kauppalasku**, joka on tehtävä viejäyrityksen viralliselle paperille (=logopaperille) ja jolla on tiettyjä tulliviranomaisten asettamia tietosisältövaatimuksia. Kauppalasku on asiakirja, jonka perusteella tehdään Suomen Tullille vienti-ilmoitus, ja se on esitettävä myös Venäjän tulliviranomaiselle. Siitä tulee käydä ilmi ainakin seuraavat tiedot:

- laskun tunniste/ numero ja päiväys
- myyjän/viejän täydellinen nimi, postiosoite, puhelinnumero, sähköpostiosoite ja arvonlisäverotunniste (tai yritystunnus). Jos myyjä EORI-tunniste on muu kuin hänen yritystunnuksensa, myös EORI-tunniste on ilmoitettava.
- ostajan (ja vastaanottajan, ellei ole sama) täydellinen nimi ja postiosoite
- tavarän lähtö- ja vientimaa
- tavarän määrämaa
- tavarän alkuperämaa
- kuljetusta koskevat tiedot, esim. väline ja reitti
- toimituslauseke ja versio
- toimitusaika ja -tapa
- maksuehto ja -tapa
- tiedot tavarakolleista: merkit, numerot, paljous sekä kollilaji
- tavarän kauppanimitys kirjoitettuna
- tullitariffinimike (CN-nimike tai mieluiten 10-numeroinen)



- tavarán hintatiedot (yksikkö- ja kokonaishinnat käytetyssä valuutassa tavaralajeittain)
- tavarán netto- ja bruttopainot tavaralajeittain ja tullinimikkeittäin
- hinnanalennukset ja/tai mahdolliset lisäveloitukset sekä niiden perusteet
- viennin tarkoitus (esim. korjattavaksi, näytteille)
- tiedot mahdollisesta vientiluvasta
- toimitusehdosta riippuen rahdin ja vakuutuksen hinta
- tarvittaessa myyjän ja ostajan käyttäminen huolitsijoiden nimet ja osoitteet
- myyjän<sup>7</sup>venäjän allekirjoitus ja leima, jos ostomaan viranomaiset sitä vaativat

Kauppalaskun viralliset kielivaatimukset ovat Venäjän tullille: venäjä, englanti ja saksa. Käytännössä kuitenkin Venäjän tulli lukee ainoastaan venäjänkielisiä asiakirjoja.

**2. Proformalasku**, eli ns. näennäislasku, voi joissakin tapauksissa korvata kauppalaskun. Esimerkiksi silloin, kun kyseessä on ei-kaupallinen vienti (maksuttomat näytteet, väliaikaisesti vietävät messutavarat jne.), jalostettavaksi tai vietävät tavarat ja osa- / jälkitoimitukset, joissa veloitus tapahtuu varsinaisella kauppalaskulla.

Venäjällä kirjanpidossa ei tunneta käsitettä proformalasku, koska se ei aiheuta maksuvelvoitetta. Tositteena on aina oltava kauppalasku. Proformalasku on siis vaihtoehtoinen kauppalaskun kanssa, mutta tietosisällöltään ja vaatimuksiltaan kauppalaskun kaltainen.

**3. Pakkauslista**, joka Venäjän-kaupassa on oltava kauppalaskun liitteenä, keskittyytietosisällöltään muun muassa tavaraerän koolletietoihin, pakkauslajeihin,

määriin ja painoihin. Tätä asiakirjaa tarvitaan Venäjän tullissa, kun tullivirkailija tarkistaa tullattavia tavaroita. Kaksikielinen (suomi-venäjä tai englanti-venäjä) pakkauslista on hyvä vaihtoehto.

**4. Rahtikirja** valitaan aina kuljetusmuodon mukaisesti ja sen voi tarvittaessa teettää huolintaliikkeellä:

- CMR – kansainvälinen autorahdikirja maantiekuljetuksiin
- Suomen ja Venäjän välisen rautatieyhdysliikenteen rahtikirja rautatiekuljetuksiin
- AWB (Air Waybill) – lentorahdikirja lentokuljetuksiin
- konossementti (Bill of Lading) merikuljetuksiin.

Rahtikirja toimii samalla lähettäjän ja kuljettajan välisenä sopimuksena, jonka molemmat osapuolet allekirjoittavat. Rahtikirjan on oltava mukana vientikuljetuksen alusta alkaen. Rahtikirjan täyttämisessä on syytä olla huolellinen. Vähintäänkin seuraavat tiedot, joiden on täsmättävä muissa asiakirjoissa oleviin tietoihin, on täytettävä (esimerkkina CMR-rahtikirja):

- rahdinkuljettaja
- tavarán lähettäjä
- tavarán vastaanottaja
- tavaramäärä
- tullinimike/-nimikkeet
- määräpaikan tulli
- toimituspaikka.

Lisäksi on suositeltavaa varmistaa venäläiseltä osapuolelta etukäteen, mitä muita tietoja rahtikirjaan on merkittävä.

**5. Alkuperätodistus** on hyvin tyypillinen asiakirja Venäjän-kaupassa. Se ei ole varsinaisesti vientiasiakirja, mutta jos sitä vaaditaan, niin se on viejän hankittava. Venäjällä alkuperätodistusta tarvitaan useimmiten tavaroiden maahan-tuontitullauksessa tullausarvon vahvistamiseksi. Tavarankuperän todistamisessa on käytännössä olemassa kolme vaihtoehtoa:

- alueellisista kauppakamareista saatava alkuperätodistus (yleisimmin käytetty)
- tuotteen valmistajan itse kirjoittama alkuperätodistus (allekirjoitus ja leima muistettava)
- kauppa- / proformalaskussa oleva erillinen merkintä tavarankuperämaasta (esimerkiksi projektitoimituksissa).

Tapauskohtaisesti on syytä sopia hyvissä ajoin venäläisen osapuolen kanssa, millä tavalla tavarankuperä on kulloinkin vahvistettava, tai tarvitaanko erillistä vahvistusta lainkaan.

Kaikki edellä mainitut asiakirjat ovat ensisijaisesti viejän vastuulla. Lisäksi on hyvä tietää, että Venäjällä tavaroiden tuontitullauksessa tarvitaan myös muita asiakirjoja, joiden laatimisesta vastuu jakautuu myyjän ja ostajan välillä sovitun sopimuksen ja toimitusehdon (esimerkiksi Incoterms 2010) mukaisesti (Alho, Kekki & Peltonen 2012, 31 ja Peltola & Dobrowolski 2015, 14)

Venäjän muodostamalla tulliliitolla on oma Tulliliiton tullikoodeksi, joka on ollut voimassa heinäkuusta 2010 alkaen. Tulliliitolla on myös yhteinen tullitariffi TN VED, jonka viimeinen versio on astunut voimaan 1.1.2012. Lisäksi tulliliiton jäsenmaat noudattavat omaa kansallista lainsäädäntöään – Venäjällä Federatiivinen laki Tullisäätelystä Venäjän Federaatiossa.

Vuoden 2010 alusta alkaen on sovellettu myös tulliliiton yhtenäistä tariffisäätelyä, joka käsittää yhtenäisen tullitariffin ja yhtenäisen ulkomaankaupan tavaranimikkeistön (TN VED).

1. tuonti tullien ja verojen maksaminen, jos ei erityistä tullietuuskohtelua

2. kieltojen ja rajoitusten noudattaminen
3. vaadittujen asiakirjojen esitysvelvollisuus

Ulkomaiset tavarat, jotka on tuotu johonkin tulliliiton jäsenmaahan ja jotka on asetettu siellä vapaaseen liikkeeseen, saavat ”tulliliiton tavara” – statuksen. Näin ollen ne saavat vapaan liikkumaoikeuden koko tulliliiton alueella.

Valmiit turkistuotteet luokitellaan nimikkeisiin 4303 tai 4304 TN VED.

Perustuen tietoon tuotteiden laadusta (turkistuotteet) nämä tavarat luokitellaan hyödykkeisiin 4303 tai 4304 TN VED EAES.

Lisäksi luokittelu tehdään turkiksen tyyppin perusteella, eli eläimen joista tuote valmistettiin, sekä käyttötarkoitus.

Tavaroiden käyttötarkoituksesta riippuen niihin sovelletaan tulliliiton teknisiä määräyksiä:

- Tulliliiton tekninen asetus/määräys ”Henkilökohtaisenvaatetuksen turvallisuudesta” TR TS 019/2011;
- Tulliliiton tekninen asetus/määräys ”Lapsille ja nuorille tarkoitettujen tuotteiden turvallisuudesta” TR TS 007/2011;
- Tulliliiton tekninen asetus/määräys ”Kevyen teollisuuden tuoteturvallisuus” TR TS 017/2011. (Накрошаев 2016.)